



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FALCUTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**IMPACTO DE LAS SALVAGUARDIAS EN EL ENSAMBLAJE DE TELEVISORES
DE MARCAS EXTRANJERAS EN ECUADOR. AÑO 2015.**

Tutor

MSC, SERGIO CRISTOBAL SUAREZ LOPEZ

AUTORAS:

ITANIA GABRIELA GARCIA VARGAS

NADIA NATALY ZAPATA GILER

GUAYAQUIL, 2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO:

IMPACTO DE LAS SALVAGUARDIAS EN EL ENSAMBLAJE DE TELEVISORES DE MARCAS EXTRANJERAS EN ECUADOR. AÑO 2015.

AUTOR/ES: ITANIA GABRIELA GARCIA VARGAS

NADIA NATALY ZAPATA GILER

REVISORES:

MGS. SERGIO CRISTOBAL SUAREZ LOPEZ

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA: COMERCIO EXTERIOR

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS: 97

ÁREAS TEMÁTICAS:

PALABRAS CLAVE: SALVAGUARDIAS, IMPORTACION.

RESUMEN: Ante las medidas impuestas por el gobierno nacional, de fijar impuestos a la importación de ciertos productos, en donde se encuentran los televisores, a través de esto, muchas comercializadoras se vieron afectadas, puesto que disminuyeron de manera significativa sus ventas. Debido a esto varias de ellas utilizaron diversas medidas de comercialización, como por ejemplo el ensamblaje nacional de televisores, con marca internacional; sin embargo, el análisis del resultado o impacto de estas medidas, no había sido estudiado. De allí que el estudio de la consecuencia de las salvaguardias y la comercialización de los televisores de marcas extranjeras ensamblados en el país, se hace primordial, para la determinación de nuevas estrategias de comercialización que beneficie tanto al estado, como los importadores.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

NO

CONTACTO CON AUTORES/ES:

ITANIA GABRIELA GACIA VARGAS
NADIA NATALY ZAPATA GILER

Teléfono:

0992298904
0982985526

E-mail:

ititig@hotmail.com
nadia.zapata@hotmail.com

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

MSC. Rosa Hinojosa de Leimberg, DECANA
Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO
E-mail: rhinojosal@ulvr.edu.ec

Ing. Jéssica Julieta Aroca Clavijo, MAE. DIRECTORA
Teléfono: 2596500 EXT. 264
E-mail: jarocac@ulvr.edu.ec

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los/Las estudiantes/egresados(as) ITANIA GABRIELA GARCIA VARGAS Y NADIA NATALY ZAPATA GILER, declaro (amos) bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los/las suscritos(as) y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar EL IMPACTO DE LAS SALVAGUARDIAS EN EL ENSAMBLAJE DE TELEVISORES DE MARCA EXTRANJERA EN ECUADOR. AÑO 2015.

Autor(es) (as):

ITANIA GABRIELA GARCIA VARGAS

C.C. 0918907742

NADIA NATALY ZAPATA GILER

C.C. 0923087407

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación EL IMPACTO DE LAS SALVAGUARDIAS EN EL ENSAMBLAJE DE TELEVISORES DE MARCA EXTRANJERA EN ECUADOR. AÑO 2015, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: EL IMPACTO DE LAS SALVAGUARDIAS EN EL ENSAMBLAJE DE TELEVISORES DE MARCA EXTRANJERA EN ECUADOR. AÑO 2015, presentado por los estudiantes **ITANIA GABRIELA GARCIA VARGAS Y NADIA NATALY ZAPATA GILER** como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

MGS. SERGIO CRISTOBAL SUÁREZ LÓPEZ

C.C. 1204699456

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS NADIA ZAPATA Y GABRIELA GARCIA 04-08-2016.docx
(D21319178)
Submitted: 2016-08-05 14:59:00
Submitted By: ssuarezl@ulvr.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

CHARCOPA PATA, María Teresa.docx (D18319760)
ESTUDIO DE CASO URKUND P.Q.doc (D19394276)
CS-05-02 GRUPO 1 COMERCIO EXTERIOR (MEDIDAS PARA REGULACION DE COMERCIO EXTERIOR)MEDIDAS-NO-ARANCELARIAS-TRABAJO FINAL PRESENTAR.docx (D14945110)
tesis urkund.docx (D19958430)
MARCO TEÓRICO SALVAGUARDIAS (1).docx (D20913515)
Plan de titulacion completo SALVAGUARDIAS.docx (D15401558)
PROYECTO DE INVESTIGACION FINAL 2.doc (D18244782)
FORMATO PROYECTO DE TITULACIÓN URKUND.docx (D20994286)
FORMATO PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL.docx (D20984285)
<http://www.audioelec.net/>

Instances where selected sources appear:

AGRADECIMIENTO

La vida se encuentra llena de retos, puede ser complicada, con altibajos, pero siempre existen personas que te empujan a cumplirlos. Dentro de estos años transcurridos de estudio, me he encontrado con obstáculos de toda índole, motivo por el cual agradezco a Dios, por la fortaleza y no desmayar en mis propósitos; a mi familia por el apoyo, a mí compañera de fórmula y lucha constante a seguir adelante y desarrollarnos como profesionales de la República del Ecuador; a nuestro tutor por estar inmerso en nuestro crecimiento.

Nadia Zapata Giler

A todos muchas gracias.

Quiero dedicar el presente primero a Dios y entre varias a dos personas que me apoyaron y respaldaron siempre.

Con todo cariño:

Mis padres.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Itania García Vargas

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a personas muy especiales, que siempre han estado apoyándonos y dando lo mejor de sí para seguir progresando personal y profesionalmente.

Especialmente, compañera gracias por la paciencia y gentileza, Dios permitió que hiciéramos este trabajo juntas, para aprender y conocer muchas cosas nuevas, pero lo mejor de todo fue que siempre Jesucristo nos guardó, protegió y nos dio la sabiduría, para terminar con éxito nuestra carrera.

Si plantas un ramo de amistad, recogerás un ramo de felicidad.

Gracias

Nadia e Itania.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA.....	I
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	IV
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE DE CONTENIDO	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA A INVESTIGAR.....	2
1. Tema	2
2. Planteamiento del problema.....	2
3. Formulación del problema	3
4. Objetivos de la investigación	3
4.1. Objetivo general	3
4.2. Objetivos específicos.....	3
5. Justificación de la investigación	3
6. Delimitación	4
7. Hipótesis General:	5
8. Variables.....	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO.....	6

2.1. El comercio	6
2.1.1. Importancia del comercio	6
2.1.2. Comercio exterior	9
2.2. Salvaguardias	13
2.2.1. Reglamento de medidas de salvaguardia	15
2.2.2. Las medias de salvaguardas generales y su regulación	17
2.2.3. Salvaguardia en Ecuador.....	21
2.2.4. Los electrodomésticos.....	23
2.2.5. Ensamblaje de televisores	26
2.2.6. Balanza Comercial	30
2.3. Marco Legal	37
2.3.1. Resolución COMEX 007-2015.....	37
2.3.2. Ministerio de Industrias y Productividad.....	38
2.3.2.1. Acuerdo Nro. 14-290	38
2.3.2.2. Acuerdo Nro. 13-113	38
2.4. Incoterms.....	43
CAPÍTULO III	44
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1. Diseño de la investigación.....	44
3.2. Tipo de investigación	45
3.2.1. Investigación exploratoria.....	45
3.2.2. Investigación descriptiva	45
3.2.3. Investigación de campo.....	46
3.3. Instrumento de la investigación	46
3.3.1. El cuestionario	46
3.4. Técnica de la investigación	47
3.4.1. La encuesta.....	47

3.4.2. La entrevista.....	47
3.5. Población y Muestra.....	47
3.5.1. Población.....	47
3.5.2. Muestra	49
3.6. Levantamiento de la información.....	50
ENCUESTA	51
ENTREVISTAS	64
3.7. Proceso de importación	67
CAPÍTULO IV.....	74
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	74
4.1. CONCLUSIONES	74
4.2. RECOMENDACIONES.....	76
BIBLIOGRAFÍA	77
ANEXOS	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Productos afectados	22
Tabla 2 Importaciones Primer semestre.....	35
Tabla 3 Productos No Petroleros sujetos a Salvaguardias	36
Tabla 4 Porcentaje mínimo de integración de partes y piezas para televisores ensamblados..	39
Tabla 5 Porcentaje máximo para material de empaque y embalaje.....	40
Tabla 6 Habitantes de la ciudad de Guayaquil por grupo de edad entre 23 - 55 años.....	48
Tabla 7 Tiempo de adquisición de televisor	51
Tabla 8 Adquisición de televisor	52
Tabla 9 Marca de televisor adquirido	53
Tabla 10 Precio de televisor.....	54
Tabla 11 Aspecto que influyó en la decisión de compra de televisores	55
Tabla 12 Percepción de los televisores adquiridos	56
Tabla 13 Percepción de los costos en que se comercializan los televisores	57
Tabla 14 Conocimiento del ensamblaje nacional de televisores de marcas extranjeras.....	58
Tabla 15 Televisores ensamblados nacionalmente con características en calidad y función que los extranjeros	59
Tabla 16 Motivo por el que se ensamblan nacionalmente televisores de marcas extranjeras .	61
Tabla 17 Compra de televisores de marca extranjera ensamblados en el país	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Precio de los televisores por almacén y marca	28
Figura 2 Empresa ensambladora de televisores	29
Figura 3 Proceso de importación	67
Figura 4 Portal de Ecuapass	68
Figura 5 Tramites operativos	69
Figura 6 Declaración de Aduana de Importación	69
Figura 7 Información general de la factura.....	70
Figura 8 Información de la mercadería	70
Figura 9 Información adicional para los documentos comerciales.....	71
Figura 10 Ingreso de mercancías al almacén temporal	72
Figura 11 Salida de mercancías al almacén temporal	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Balanza Comercial.....	31
Gráfico 2 Exportaciones Petroleras y no petroleras.....	32
Gráfico 3 Participación de las exportaciones.....	33
Gráfico 4 Importaciones en valor FOB.....	34
Gráfico 5 Importaciones de consumo	34
Gráfico 6 Tiempo de adquisición de televisor	51
Gráfico 7 Adquisición de televisor	52
Gráfico 8 Marca de televisor adquirido	54
Gráfico 9 Precio de televisor.....	55
Gráfico 10 Aspecto que influyó en la decisión de compra de televisores	56
Gráfico 11 Percepción de los televisores adquiridos	57
Gráfico 12 Percepción de los costos en que se comercializan los televisores	58
Gráfico 13 Conocimiento del ensamblaje nacional de televisores de marcas extranjeras.....	59
Gráfico 14 Televisores ensamblados nacionalmente con características en calidad y función que los extranjeros	60
Gráfico 15 Motivo por el que se ensamblan nacionalmente televisores de marcas extranjeras	61
Gráfico 16 Compra de televisores de marca extranjera ensamblados en el país	62

INTRODUCCIÓN

Las salvaguardias son medidas que han generado un impacto, por lo general, negativo, dentro de las grandes industrias productoras y distribuidoras del país. A través del presente estudio, se pretende evaluar su impacto en el ensamblaje de televisores de marcas extranjeras, con la finalidad de conocer, si esta modalidad ha afectado este sector del país.

Para conocer de manera detallada este impacto, fue necesario realizar el trabajo en cuatro capítulos principales, donde se evidencia información relevante del tema a tratar de una manera clara, que permita el desarrollo adecuado del proyecto.

Dentro del capítulo I, se describe el problema a investigar, es decir, se realiza un breve análisis del impacto de las salvaguardias en el ensamblaje de televisores de marcas extranjeras. Dentro de este capítulo, se muestra el planeamiento y formulación del problema, los objetivos de la investigación, la justificación, delimitación, y la hipótesis general con sus variables.

En relación a la delimitación, se consideró a la ciudad de Guayaquil, por ser el Puerto Marítimo de Guayaquil el principal del Ecuador, al estar estratégicamente ubicada y tener el mayor movimiento comercial.

El capítulo II se compone del marco teórico, el cual expone diversos temas y definiciones relacionadas al tema, de manera que se pueda profundizar y expandir los conocimientos sobre el comercio, las salvaguardias en Ecuador, el ensamblaje de televisores, y la balanza comercial. Tomando en consideración estos conceptos, fundamentados con referencias bibliográficas, se podrán reforzar lo aprendido para de aquí, realizar el estudio de impacto.

El capítulo III muestra la metodología de la investigación, es decir, las diferentes etapas que se siguieron para realizar la investigación de mercado, y la obtención de datos que permitieron evidenciar el impacto de las salvaguardias. Este capítulo se compone del diseño de la investigación, su tipo, instrumentos, técnicas, cálculo de la población y muestra a investigar y el posterior levantamiento de la información.

Por último, el capítulo IV muestra las conclusiones y recomendaciones del proyecto, el cual detalla, una descripción e interpretación de los datos obtenidos dentro del proceso de investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA A INVESTIGAR

1. Tema

IMPACTO DE LAS SALVAGUARDIAS EN EL ENSAMBLAJE DE TELEVISORES DE MARCAS EXTRANJERAS EN ECUADOR. AÑO 2015.

2. Planteamiento del problema

Las salvaguardias sin duda han sido un punto de mucha controversia en todo el territorio ecuatoriano, puesto que gran parte de los productores, comerciantes, exportadores e importadores, establecen su posición de afectación, así como de beneficio. Y es que el período de salvaguardias que se aplicó desde marzo del 2015, fue impuesto con el 45% en televisores. (El Universo, 2015)

En Ecuador, existen ensambladoras de televisores con marcas extranjeras, tales como Sony, LG Electronics, entre otras; y es que, debido a las salvaguardias, estas empresas optaron la medida de importar los materiales y ensamblarlos dentro del país. De acuerdo al Diario El Comercio (2015), el ensamblaje de televisores Sony permitió que el 80% de estos artefactos sean de producción nacional y tan solo un 20% sea importado.

Esto implica que el precio será menor en un 10 o 15% (El Financiero, 2012), por ende, se puede notar como las empresas extranjeras pudieron tomar medidas correctivas ante las medidas impositivas gubernamentales. Sin embargo, existe incertidumbre sobre el consumo de los mismos, puesto que la calidad del producto es bastante cuestionada por los consumidores, implicando la no compra masiva de los mismos.

Por ello, el presente estudio recae en determinar los efectos de las salvaguardias en el ensamblaje de televisores en Completely Knocked Down -CKD; establecer medidas comerciales para aumentar la producción y ventas de los artefactos, relacionándose con las disposiciones gubernamentales.

3. Formulación del problema

Para la formulación del problema, se plantea lo siguiente: ¿Cuál fue el impacto de las salvaguardias en el ensamblaje nacional de televisores de marcas extranjeras durante el año 2015?

4. Sistematización del problema

¿Qué beneficios trae para las comercializadoras el ensamblaje de televisores de marca internacional en el país?

¿Cuál es la opinión de los compradores sobre los televisores ensamblados en el país?

¿Qué estrategias comerciales pueden desarrollarse para posicionar los televisores ensamblados en el país?

4. Objetivos de la investigación

4.1. Objetivo general

- Analizar el impacto generado por las salvaguardias en la comercialización de televisores de marcas extranjeras ensamblados en el país, siendo la ciudad de estudio Guayaquil.

4.2. Objetivos específicos

- Conocer la opinión de los compradores por medio de encuestas, sobre el ensamblaje de televisores.
- Establecer los procesos de importación de las partes y piezas (CKD) para el ensamblaje de televisores de marca internacional.
- Evaluar los beneficios que han tenido las comercializadoras con televisores ensamblados nacionalmente, después de las salvaguardias.

5. Justificación de la investigación

Las Salvaguardias por balanza de pago, fueron adoptadas por el Gobierno Nacional basándose en el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) de 1994, donde se registra el Acuerdo de Salvaguardias. Ante la baja del precio del petróleo y la apreciación del dólar

norteamericano. El 11 de marzo de 2015, mediante Resolución No. 011-2015 del Ministerio de Comercio Exterior, entra en vigencia la imposición de sobretasas arancelarias, de carácter no discriminatorio. La medida reemplaza a las salvaguardias cambiarias acogidas el 5 de enero 2015, para productos provenientes de Colombia (21%) y Perú (7%), con el fin regular el nivel general de importaciones y equilibrar la balanza comercial, la cual tiene déficit, al tener más importaciones que exportaciones y es justamente esto lo que se busca, proteger una rama de producción nacional.

Las salvaguardias por balanza de pago, son enteramente compatible con los compromisos contraídos por Ecuador -y por la mayoría de los países del mundo bajo el contexto de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

En virtud de lo expuesto, el presente trabajo mantiene su justificación ante las medidas impuestas por el Gobierno Nacional de fijar impuestos a la importación de ciertos productos, encontrándose los televisores, partes y piezas a través de esto, muchas comercializadoras se vieron afectadas puesto que disminuyeron de manera significativa sus ventas.

Debido a esto, varias de ellas utilizaron medidas de comercialización, como por ejemplo, el ensamblaje nacional de televisores con marca internacional; sin embargo, el análisis del resultado o impacto de estas medidas, no había sido estudiado.

De allí, que el estudio de las consecuencias de las salvaguardias y la comercialización de los televisores de marcas extranjeras ensamblados en el país, se hace primordial, para la determinación de nuevas estrategias de comercialización que beneficie tanto al Estado como a los importadores.

6. Delimitación

CAMPO:	Investigación
AREA:	Comercio Exterior

ASPECTO:	Medidas de salvaguardias en televisores en CKD de marcas extranjeras con ensamblaje nacional
MARCO ESPACIAL:	Guayaquil, Ecuador
PERIODO:	12 meses (marzo 2015 – marzo 2016)

7. Hipótesis General:

Las salvaguardias aplicadas en el período 2015 benefician a la producción nacional con el ensamblaje de televisores de marcas extranjeras.

8. Identificación de las Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
 Implementación de salvaguardia a televisores en CKD.	 Ensamblaje nacional de televisores de marca internacional.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.3 El comercio

Para Arese (2012), "el comercio es un sistema organizado para el intercambio de bienes entre los miembros del mundo de la industria." (pág.28)

El comercio es el intercambio de bienes entre dos partes con pagos inmediatos o diferidos, puede basarse en un trueque de mercancías o un intercambio por dinero o crédito. El comercio se trata de cualquier cosa que sea producida para ser consumida, para esto, debe existir un apropiado canal de distribución.

Debido a que el transporte de mercancías en el siglo 20 se ha convertido mucho más fácil y más barato, el comercio internacional se ha vuelto cada vez más importante, esta es una forma importante de la globalización. En muchos países comercian a imposición: los comerciantes hacen dinero en una transacción que tenga que pagar un porcentaje del valor para el estado (IVA). El término indica el mercantilismo ingenioso, creatividad y determinación para ganar dinero de comercio.

2.3.2 Importancia del comercio

El comercio dentro de los países, tanto interior como exterior, es sumamente importantes por diversas razones, tanto económicas como sociales. Rojas & López (2013) explican que, entre los aspectos fundamentales en relación a la importancia del comercio, se pueden describir:

- **Trata de satisfacer las necesidades humanas**

Como se sabe, las necesidades humanas son interminables. El comercio pretende realizar una distribución y movimiento de bienes posibles desde una parte del mundo a otra. Actualmente, se puede encontrar en un país bienes producidos por otro, esto tiene como fin de satisfacer los innumerables deseos para promover el bienestar social.

- **Ayuda a mejorar la calidad de vida**

Cuando el ser humano consume más productos, mejora su nivel de vida. El comercio ayuda a conseguir lo que se quiere en el momento adecuado, el lugar correcto y en el precio correcto.

- **Asignación óptima y utilización de recursos**

Debido a la especialización, las líneas productivas pueden ser eliminadas y el desperdicio de recursos evitarse. En otras palabras, los recursos son canalizados para la producción de sólo aquellos bienes que darían mayores rendimientos. Por lo tanto, existe una asignación racional y utilización de los recursos a nivel internacional debido al comercio exterior.

- **Relaciona a los productores y consumidores**

El comercio hace posible vincular a los productores y consumidores a través de minoristas y mayoristas y también a través de las ayudas al comercio. Los consumidores obtienen información sobre los diferentes productos a través de la publicidad y el arte de vender.

Los fabricantes son informados regularmente sobre los gustos y preferencias de los consumidores a través de la investigación de mercados. Por lo tanto, el comercio crea el contacto entre los centros de producción y consumo y los vincula.

- **Genera oportunidades de trabajo**

El crecimiento del comercio y la industria puede provocar el crecimiento de las agencias de comercio, como la banca, el transporte, el almacenamiento, la publicidad, etc. Estas agencias necesitan a personas para cuidar de su funcionamiento.

El aumento de la producción da resultados en el aumento de la demanda, lo que resulta aún más para aumentar las oportunidades de empleo. De este modo el desarrollo del comercio genera más y más oportunidades de empleo para los millones de personas en un país.

- **Aumenta los ingresos y la riqueza nacional**

Cuando la producción aumenta, también aumenta el ingreso nacional. En un país desarrollado, las industrias manufactureras y el comercio en conjunto representan casi el 80% del ingreso nacional total. También ayuda a obtener divisas a través de las exportaciones y derechos aplicados a las importaciones. Por lo tanto, el comercio aumentó la renta nacional y la riqueza de una nación.

- **Ayuda en el crecimiento del desarrollo industrial**

El comercio se ocupa de la puesta a disposición de la distribución de bienes y servicios por parte de la industria. Sin el comercio, la industria va a tener dificultades para mantener el ritmo de producción. Ayuda a aumentar la demanda de bienes por un lado y por el otro lado, ayuda a las industrias para que hagan las materias primas necesarias y otros servicios. Por lo tanto, el comercio ayuda a lograr una mejor división del trabajo y el progreso industrial.

- **Alienta el comercio internacional**

A través del comercio, se puede asegurar una distribución justa y equitativa de los bienes en todo el mundo. Con la ayuda de desarrollo del transporte y la comunicación, los países pueden intercambiar sus productos excedentes y obtener divisas, lo cual es muy útil para importar maquinaria y tecnología sofisticada. Asegura el rápido crecimiento económico del país.

- **Beneficia a los países subdesarrollados**

Los países subdesarrollados pueden importar mano de obra especializada y conocimientos técnicos de los países desarrollados. Mientras que los países anticipados pueden importar materias primas de los países subdesarrollados. Esto ayuda en que se establezcan las semillas de la industrialización en los países subdesarrollados.

2.3.3 Comercio exterior

Para Escosura (2014), “el comercio exterior no es más que el comercio entre los diferentes países del mundo. También se le llama como el comercio internacional, comercio o el comercio interregional. “(pág.192)

El comercio exterior o internacional puede considerarse como una serie de cosas diferentes, dependiendo del tipo de comercio se está hablando. En términos generales, es el comercio de bienes y servicios que están destinados a un país distinto de su país de origen. El comercio exterior también puede ser la inversión en valores extranjeros, aunque esto es un uso menos común del término.

El comercio exterior es todo acerca de las importaciones y exportaciones. La columna vertebral de cualquier comercio entre las naciones es aquellos productos y servicios que se comercializan a otro lugar fuera de las fronteras de un país en particular.

Algunas naciones son expertos en la producción de ciertos productos a un precio rentable. Tal vez es porque tienen la mano de obra o recursos naturales abundantes que constituyen las materias primas necesarias. No importa cuál sea la razón, la capacidad de algunas naciones para producir lo que otras naciones quieren es lo que hace que el comercio internacional.

Para Tugares (2012), el comercio exterior se puede dividir en tres grupos que serán mencionados a continuación:

- Comercio de importación
- Comercio de exportación
- Comercio entrepot

2.3.3.1 La importación

Para Buisarn (2013) la importación se identifica como el proceso comercial y fiscal de llevar una carga o producto desde el extranjero al país de referencia, el mismo que tiende a ser adquirido a través de la nacionalización del producto, que se produce a partir de los procedimientos burocráticos ligados a los ingresos y las costumbres del país de destino, durante la descarga de la entrega, que puede ser por aire, mar o carretera. (pág.717)

En términos legales, las mercancías se consideran importadas sólo después de su internalización en el país a través de la fase de despacho de aduana y los impuestos requeridos por la ley. Según Katz (2013), el proceso de importación se puede dividir en tres fases: administrativa, fiscal y cambiaria.

La fase administrativa se refiere a los procedimientos y requisitos de las agencias del gobierno antes de efectuar la importación y variará según el tipo de operación y de la materia: es la concesión de licencias de importación.

La fase fiscal comprende el tratamiento de aduanas por medio de despacho de importación, que es el procedimiento mediante el cual se verifica la exactitud de los datos declarados por el importador en relación con los productos importados, los documentos presentados y de la legislación específica en relación a su despacho.

Esta etapa se lleva a cabo en instalaciones adecuadas, a raíz de la llegada de las mercancías e incluye los impuestos correspondientes a la importación. Una vez finalizado el despacho aduanero, las mercancías se consideran importadas y pueden ser liberadas al mercado interior. La etapa cambial, por su parte, se refiere a la operación de compra de divisas para efectuar el pago de las importaciones (cuando no hay tal pago) siendo procesado por una entidad financiera autorizada.

Ventajas de importación:

- Bajo costo de la moneda frente al país del comprador;
- Incentiva al gobierno federal para la importación
- Variación cambial favorable a la importación;
- Baja agregación de mano de obra
- El tiempo de importación se hace menor que el tiempo de fabricación nacional.

2.3.3.2 La exportación

La importación se trata de todas las ventas de bienes o servicio de un país al exterior, resulta, al igual que la importación, la división internacional del trabajo, en el que los países tienden a especializarse en la producción de bienes para los cuales han aumentado la disponibilidad de factores productivos, lo que garantiza un excedente para la exportación.

La exportación, más que la importación, fue el mecanismo propuesto por los mercantilistas en el siglo XVII como la única manera de atraer a los metales preciosos a un país y que sea rico y poderoso. (Ossa, 2013) En la actualidad, todavía se considera la exportación como uno de los principales instrumentos de una política de pleno empleo.

Exportación directa

La exportación directa es la operación en la que el producto exportado es facturado por el propio productor al importador. Este tipo de operación requiere el conocimiento del proceso de exportación en toda su extensión de la compañía.

Según Mesa (2013), “es importante señalar que el uso de un agente comercial por la empresa productora / exportadora no cesa de caracterizar la operación como exportación directa.” (pág.163) El producto exportado se puede beneficiar de créditos fiscales, que agravan los insumos utilizados en el proceso de producción.

En la exportación directa, el exportador se encarga de cada detalle, desde la negociación y la entrega del producto y su cobranza. Esto requiere el conocimiento del proceso de exportación en toda su longitud, lo que significa de la empresa: más atención administrativa, compromiso, recursos humanos y tiempo.

Exportación indirecta

Se trata de la venta a través de un intermediario o es una forma relativamente barata y sencilla de entrar en un nuevo mercado. Los intermediarios son típicamente agentes o distribuidores

con base en su mercado de exportación de destino que venden sus productos o servicios a los usuarios finales.

Un buen intermediario tendrá en el mercado experiencia, reputación y contactos. Su uso puede ser una forma rápida de conseguir sus productos y servicios al usuario final. Por lo general, requieren un nivel de apoyo en la comercialización en el extranjero y la venta del producto.

2.3.3.3 Comercio entrepot

El comercio entrepot o de depósito es de la clase de comercio exterior. Se trata básicamente de un comercio en el que los productos importados sean reexportados con o sin transformación o envasado adicional. Entrepot se utiliza principalmente para hacer referencia a los puertos libres de impuestos con el alto volumen o comercio de reexportación. (Harrington, 2014)

En entrepot, los bienes no se enfrentan a los derechos de importación y exportación sobre el envío desde el puerto. En términos simples, se puede decir que, si los productos son importados de un país con el propósito de informar a otro, se llama comercio de reexportación. En esta situación, el comerciante se convierte en el destinatario que importa y es también el exportador en el momento de la re-exportación a la tercera parte del país en el que se recibió la mercancía en última instancia.

2.3.3.4 Importancia del comercio exterior.

- **Asegura productos con estándares de calidad**

El comercio exterior es altamente competitivo. Para mantener y aumentar la demanda de bienes, los países exportadores tienen que mantener la calidad de los bienes. De esta manera se producen los bienes con altos estándares de calidad.

- **Genera oportunidades de empleo**

El comercio exterior ayuda en la generación de oportunidades de empleo, mediante el aumento de la movilidad de la mano de obra y recursos. Se genera empleo directo en el sector de la importación y el empleo indirecto en otro sector de la economía.

- **Facilita el desarrollo económico**

Las importaciones facilitan el desarrollo económico de una nación. Esto es porque con la importación de bienes de capital y tecnología, un país puede generar un crecimiento en todos los sectores de la economía, es decir, la agricultura, la industria y el sector servicios.

- **Mantiene el equilibrio de la situación de pagos**

Cada país tiene que mantener su posición de balanza de pagos. Dado que, cada país tiene que importar, lo que da lugar a salida de divisas, sino que también se ocupa de la exportación para la entrada de divisas.

2.4 Salvaguardias

De acuerdo con Rodríguez (2013), las salvaguardias son instrumentos de defensa comercial que dan lugar a medidas que restringen las importaciones de un producto en forma de derechos ad-valorem adicional y / o proporción de la alimentación específica de derechos de importación o en forma de restricciones cuantitativas (cuotas de importación). (pág.49)

El objeto de la garantía es comprobar temporalmente proteger una rama de producción nacional que está sufriendo un daño grave o amenaza de daño grave debido al aumento de las importaciones. Durante la vigencia de la medida de protección, idealmente industria nacional promueve ajustes estructurales de programas que aumenten su competitividad frente a los productos importados.

Rodríguez (2013) explica que, para imponer salvaguardias, debe probarse existencia de:

- I. Aumento de las importaciones analizadas;
- II. Daño grave o amenaza de daño grave a la rama de producción nacional; y
- III. Una relación causal entre las importaciones y el daño grave o amenaza de daño grave.

Las autoridades competentes evaluarán todos los factores pertinentes de carácter objetivo y cuantificable que tengan relación con la situación de la industria en la investigación, tales como el incremento de las importaciones en términos absolutos y relativos, la cuota de las importaciones en el mercado interno, las ventas, la productividad, los precios de productos importaciones, producción y utilización de capacidad, las ganancias y pérdidas, el empleo, entre otros.

Según Wright (2012), “el Acuerdo sobre Salvaguardias (SSA) entiende por lesión registrar un deterioro significativo de la situación de una rama de producción nacional. La SSA establece que, si otros factores están causando los daños, las importaciones no deben ser consideradas responsables.” (pág.318)

Las medidas de salvaguardia urgentes son las normas aplicadas a las importaciones de determinados productos, independientemente de su origen, y que sólo se pueden aplicar durante el período necesario para prevenir o reparar el daño y facilitar la recuperación de la industria nacional.

Según lo previsto en el artículo XIX del GATT (2014) , la Parte Contratante podrá, en tales casos, suspender la obligación en su totalidad o en parte, o retirar o modificar la concesión de los tipos reducidos. En la práctica, esto se traducirá en medidas como el aumento de los aranceles por encima de los niveles consolidados y el establecimiento de restricciones cuantitativas a las importaciones de este producto en particular.

Las medidas de salvaguardia se configuran como medidas proteccionistas, que pueden ser más transparente, públicas, que tiene procedimientos para evitar la distorsión de su uso, y animan a menos discreción y una mayor uniformidad en la interpretación de su reglamento. Actúan como

un "remedio" contra las importaciones temporales, a pesar de ser legal y permitido, causan daño a la rama de producción nacional.

Vale la pena señalar que a lo largo de los años las medidas de salvaguardia se utilizan poco en comparación con otras medidas de defensa comercial. La razón de esta baja utilización es muy subjetiva, pero parece claro que la necesidad de negociar concesiones para compensar la protección y el uso del principio de causas de nación más favorecida, en ciertos casos, optar por utilizar los mecanismos antidumping.

El objetivo de las salvaguardias es medidas subvención plazo a las industrias más afectadas con la pérdida de competitividad derivada del aumento de las importaciones (comercio de frutas y liberalización de los aranceles) para ajustarse al nuevo contexto, es la adopción de innovación tecnológica o económica, ya sea por un cambio en el modo de producción.

Por lo tanto, estas medidas difieren de los derechos antidumping y compensatorios, ya que, tal como se entienden como una reacción a la competencia desleal, el resultado de la discriminación de precios o de subvención del Gobierno, las medidas de salvaguardia se aplican a las importaciones consideradas como justo, pero generar un desajuste en el mercado de los productores.

En este sentido, Brogini (2013) entiende que las salvaguardias son útiles para:

- a) La tradición proteccionista de los países en fase de liberalización del comercio, que permiten a las industrias locales para adaptarse a la competencia extranjera;
- b) Los sectores que han perdido competitividad internacional, tales como la industria del acero, como las salvaguardias pueden evitar el desempleo masivo y permitir que las demandas laborales mano y se puede mover a otro sector de la economía;
- c) Los países con problemas de balanza de pagos, dejando aquí no hay garantías sectoriales, pero generalizada.

2.4.2 Reglamento de medidas de salvaguardia

El GATT de 1947 y el Acuerdo sobre Salvaguardias

En cuanto a la aparición de las medidas de salvaguardia, el primer país en utilizar ellos eran los Estados Unidos. En 1942, México se impuso en el Contrato de Concesión arancelaria con el fin de probar el instrumento de defensa comercial que acaba de crear y evaluar su posible uso con fines proteccionistas.

Nouel (2013) “en 1947, ya bajo el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), el asunto fue tratado en el artículo XIX, pero esto apenas fue mencionado en la legislación americana, puesto que solo el senado dirigía el GATT.” (pág.509)

La adopción de medidas fue vista con buenos ojos porque se creía que, si los países fueron capaces de proteger temporalmente a sus industrias contra el repentino aumento de las importaciones, estarían menos dispuestos a abandonar el sistema multilateral de comercio que buscaba establecer a través GATT y el menor recurso al proteccionismo o de cualquier otro instrumento discriminatorio.

Sin embargo, la ausencia de regulación del artículo XIX generaba dificultades de interpretación e incertidumbres en su aplicación, permitiendo a los países recurrir a medidas de zona gris, especialmente los acuerdos de limitación voluntaria de las exportaciones que eran sólo los cargos sobre la base de amenazas o represalias por parte de los países desarrollados y un mayor poder de negociación en los países exportadores.

La preocupación por las medidas de la zona gris generó la necesidad de un código de salvaguardias para que fueran incluidos en la Declaración Ministerial que precedió a la Ronda de Tokio del GATT en 1973. Sin embargo, terminó la ronda sin el problema tratado adecuadamente.

Sólo a partir de la Rondada Uruguay (1986-1994), había una necesidad urgente de regular mejor la materia y, en consecuencia, reducir el uso de acuerdos de autolimitación de las exportaciones, y estimular un ajuste estructural de las industrias nacionales afectadas.

Fue registrado, entonces, el llamado Acuerdo de Salvaguardias que trajo definiciones más claras de aumento de las importaciones, el daño grave y la rama de producción nacional; se comenzó a exigir una investigación previa; estableciendo un período máximo de validez de las medidas; se dio un tratamiento más favorable a los países en desarrollo.

También, estuvo prohibida la adopción de restricciones voluntarias de exportación y otros arreglos de organización del mercado; se disciplinaron los procedimientos de notificación y consulta entre los miembros y se creó el Comité de Salvaguardias, como se verá a continuación. Convencionalmente es este acuerdo se ocuparía de las salvaguardias generales, a excepción de las transitorias y las especiales. (Nouel, 2013)

Por esta razón, las salvaguardias de transición que se aplican a los productos textiles y prendas de vestir no se incorporan en el GATT de 1994 y para el cual el país se reservaba el derecho a recurrir a tales medidas, en el marco del Acuerdo sobre los Textiles y el Vestuario de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Este acuerdo establece en su artículo 9, un régimen de excepción para adaptar el sector a las nuevas reglas del comercio internacional, y el artículo 2.4 prohíbe la aplicación del Acuerdo sobre Salvaguardias de transición.

Por otro lado, las salvaguardias especiales están previstas en el artículo 5 del Acuerdo sobre la Agricultura de la OMC y se pueden aplicar a las importaciones de productos agrícolas contemplados en este acuerdo y que se indican en la lista de países importadores, con el símbolo SSG que resulta ser el producto de la concesión, exhibiendo sus compromisos de acceso al mercado.

2.4.3 Las medias de salvaguardas generales y su regulación

Para Avila & Castillo (2013), “las salvaguardias generales son aplicables a todos los productos manufacturados, así como los textiles y los productos agrícolas que están integrados en el GATT de 1994.

La aplicación de una medida de salvaguardia general es precedida por una investigación marcada por la transparencia y la publicidad de los actos, mientras que la autoridad competente

se encarga de verificar la ocurrencia de aumento de las importaciones, el daño grave o amenaza de daño a la industria del país importador y un vínculo causal entre ellos.

En cuanto al aumento de las importaciones, el Órgano de Apelación de la OMC, revirtiendo las decisiones de los paneles referentes a los casos de Argentina-calzados de Corea del Sur-productos lácteos, entiende que en el artículo 2.1. de la ASG y el artículo XIX.1 del Gatt deben ser aplicados acumulativamente de modo que la autoridad competente pueda evaluar si hubo un aumento de las importaciones.

De acuerdo a Millet (2012), “estas evaluaciones son en términos absolutos en relación con la producción nacional y sirven para verificar que dicho aumento es reciente, súbito, agudo e importante, cualitativo o cuantitativamente, para causar pérdida o si sería una amenaza.” (pág.14)

En lo que se refiere a la existencia de un daño grave, esto se produce un menoscabo general significativo de la situación de una rama de producción nacional, mientras que la amenaza de daño se configura cuando el daño grave se prevé inminente, debe su determinación basarse en hechos y no simplemente en alegaciones, conjeturas o posibilidades remotas.

En ambos casos, la industria nacional debe ser entendida como "el conjunto de los productores de bienes de productos similares o directamente competidores que operen dentro del territorio de un Miembro o aquellos cuya producción conjunta de productos similares o directamente competidores constituya una proporción importante de la producción nacional de tales bienes", según lo previsto en el artículo 4.1 (c) de la ASG.

Por otra parte, se define en el artículo 4.2 (a) de la ASG que, en el curso de la investigación, las autoridades responsables para determinar la existencia de daño grave o amenaza de daño grave debe evaluar

"Todos los factores pertinentes de carácter objetivo y cuantificable que se refieren a la situación de esa industria, especialmente la tasa de crecimiento de las importaciones del producto, así

como su crecimiento en volumen en términos absolutos y relativos; la cuota del mercado interno absorbida por las importaciones; los cambios en el nivel de ventas; la producción; la productividad; utilización de la capacidad; las ganancias y pérdidas y el empleo ””.

En cuanto a la relación de causalidad debe existir entre los dos factores analizados anteriormente, a saber, el aumento de las importaciones y el daño grave o amenaza de daño grave, el Acuerdo sobre Salvaguardias, en el artículo 4.2 (b) establece que:

“Cuando otros factores distintos del aumento de las importaciones están causando al mismo tiempo un perjuicio a la rama de producción nacional, este daño no se puede atribuir al aumento de las importaciones”

Este dispositivo, sin embargo, según la interpretación del Órgano de Apelación de la OMC en Estados Unidos - Gluten de trigo, debe ser analizado en tres etapas:

- Existe alguna relación entre el aumento de las importaciones y el daño grave;
- ¿Además del aumento de las importaciones, otros factores contribuyen a la lesión?
- ¿El aumento de las importaciones es la causa de esta lesión?

Sólo después de que el análisis de estos elementos por parte de las autoridades competentes es que se va a ser capaz de demostrar la no asignación de lesión a un aumento de las importaciones, por lo que el mero hecho de que otros factores están contribuyendo al daño a la rama de producción nacional no es en sí mismo lo suficiente para evitar la aplicación de medidas de salvaguardia.

Teniendo en cuenta el aumento de las importaciones, daño o amenaza de daño grave y relación de causalidad entre ellos, las autoridades competentes deberán garantizar la publicación de un documento que contiene un análisis detallado del caso objeto de investigación, así como demostrar la pertinencia de los factores examinados.

Las aplicaciones de medidas de salvaguardia deben realizarse también con base en el principio de la no selectividad celebra, de conformidad con el artículo 2.2 de la ASG que "las medidas de salvaguardia serán implementadas en un determinado producto importado indiferentemente de que país se origine”.

Este principio es uno de los pilares del acuerdo de salvaguardias en adelante, ya previsto en el artículo XIX del GATT de 1947 y se deriva del principio de la nación más favorecida, para lo cual

Según Irizar (2012), se determina que cualquier tipo de beneficio, privilegio o exención que pueda llegar a afectar a los derechos provenientes de la aduana o cualquier otro tipo de oficio que se otorgan a la Parte Contratante, deben ser estipulados de manera rápida e incondicional a productos parecidos que son comercializados por otra Parte Contratante (pág.113)

El artículo 9.1 del Acuerdo sobre Salvaguardias, sin embargo, el objetivo de proporcionar un tratamiento más favorable a los países en desarrollo, establece una excepción al principio de la no selectividad, como:

No serán aplicadas las medidas de salvaguardia a productos procedentes de países en desarrollo miembros cuando la parte que le corresponde en las importaciones realizadas por el Miembro importador del producto no exceda del tres por ciento, a condición de que países en desarrollo Miembros con la participación de las importaciones más bajas tres por ciento no representen más del nueve por ciento de las importaciones totales del producto de que se trate.

Por otro lado, en cuanto a las formas de aplicación de las medidas, como se dijo anteriormente, pueden ocurrir a través de tarifas o restricciones cuantitativas. En el primer caso, también llamada restricción cualitativa, lo que sucede es la imposición de un derecho adicional sobre el arancel de importación impuesto al producto afectado.

El propósito de esta restricción no es alcanzar el volumen de las importaciones, pero su competitividad en el mercado nacional. Restricciones cuantitativas ya destinadas a reducir la cantidad de mercancías que entran en el mercado importador, el establecimiento de cuotas. La adopción de este tipo de restricción, sin embargo, requiere que dichas cuotas no caen por debajo del nivel medio calculado en los últimos tres años.

También existe la posibilidad de aplicar medidas de salvaguardia provisionales en circunstancias críticas en las que cualquier demora podría causar un perjuicio difícil de reparar. Para este tipo de medidas que deben aplicarse, es necesario para la existencia previa de pruebas claras de que el aumento de las importaciones ha causado o amenaza causar un daño grave.

Pueden durar un máximo de doscientos días, se pueden asumir a forma de restricciones tarifarias y deben ser reembolsadas inmediatamente si, en la investigación posterior, no se ha demostrado la relación de causalidad entre el aumento de las importaciones y el daño o amenaza de daño, conforme a lo dispuesto en el artículo 6 de la ASG.

Para el periodo de aplicación de las medidas que regulan el artículo 7.1 de la ASG que las medidas de salvaguardia se aplicarán durante el periodo necesario para prevenir o reparar el daño grave y facilitar el reajuste. Este plazo no excederá de cuatro años, a menos extendida.

Esta extensión depende de una determinación de las autoridades competentes, en el sentido de que la medida aplicada es todavía necesaria para prevenir o volver a medir el daño grave; evidencia de que la producción nacional afectada es el proceso en marcha y sólo puede ocurrir con la condición de que las concesiones, las notificaciones y consultas expresadas en los artículos 8 y 12 del Acuerdo sobre Salvaguardias serán respetadas.

Aun así, el período máximo de aplicación de una medida de salvaguardia no podrá exceder de ocho años, a excepción de los países en desarrollo, de conformidad con el artículo 9.2 de la ASG, tienen el derecho de ampliar el período de aplicación de una medida de salvaguardia por un período de hasta dos años más allá del período máximo de ocho años previsto en el artículo 7.3.

2.4.4 Salvaguardia en Ecuador

En lo que respecta al Ecuador, la salvaguardia es un tipo de tributo adicional que se aplica sobre el arancel en un bien importado, que tiene como objetivo proteger la economía cuando existe algún tipo de riesgo o amenaza en un sector productivo específico.

Según lo indicado por Diario El Comercio (2015), el gobierno del Ecuador con su mandatario Rafael Correa, anunciaron a principios del año 2015 que se instauraría este nuevo tributo a los productos importados por un lapso de 15 meses, teniendo como única finalidad proteger la balanza de pagos.

La salvaguardia corresponde a un incremento del 5% en el recargo arancelario correspondiente a productos sensibles, el 15% en categorización de sensibilidad media y en cuanto a los bienes de consumo, se incrementa un 25%. A esta sección pertenecen los neumáticos, la cerámica, y aparatos electrónicos como televisores.

Además, también se determinó un 45% de tributo para las frutas, perfumes y confecciones. Esta decisión lleva afectando a más de 2800 productos, que es aproximadamente el 32 y 33% del total de compras en el mercado extranjeras. En la siguiente tabla, se puede ver con mayor exactitud el porcentaje de aumento de salvaguardia, de acuerdo a cada producto.

Tabla 1 Productos afectados

5%	15%	25%	45%
Cables	Instrumentos de medición eléctrica, tensión o radiación	Piezas para ensamblar vehículos y variados	Salsas y condimentos
Electrificaciones de cercas	Detectores de humo	Tubos y canelones, excepto los de cerámica	Jugos, pastas y harinas
Elevadores	Taxímetros	Calzado	Alimentos de carácter suntuario
Compresores de vehículos	Contadores de agua	Cinturones de seguridad	Fruta s y verduras
Herramientas de jardinería y agricultura	Bicicletas, llantas y frenos	Paños para fregar	Carnes y pescados
Cisternas de aluminio	Parlantes	Mantas	Tampones
Tubos de perforación	Convertidores de energía	Ropa de algodón, lana o fibras sintéticas	Encendedores
Perlas, esmeraldas, rubies	Maquinas para amasar cemento	Bebidas alcohólicas	Artículos deportivos como pelotas o raquetas
Telas y artículos de hilado	Maquinas para obras publicas		Juguetes
	Cajeros automaticos		Muebles
	Calculadoras		Instrumentos de musica
	Básculas		Gafas de sol
	Motores		Camaras de fotos
	Herramientas como martillos, taladros, o pinzas		Aviones, barcos y motos
	Puertas y ventanas		Camiones y hormigoneras
	Clinker		Decodificadores
			Artículos audiovisuales
			Electrodomesticos
			Impresos, carteles y grabados
			Tabaco

Fuente: (ECON 101, 2012)

2.4.5 Los electrodomésticos

Según Mintzberg (2012), “se le atribuye el nombre de electrodomésticos al conjunto de instrumentos y dispositivos que se utilizan en la vida moderna del hogar.” (pág. 89)

Los electrodomésticos generalmente pueden definirse como grandes aparatos que se encargan de las tareas en la cocina, enlatado, o la limpieza en hogares, instituciones, entorno comercial o industrial. Un electrodoméstico o aparato doméstico, es una gran máquina que se utiliza para tareas de mantenimiento de rutina, tales como cocinar, lavar la ropa o la conservación de alimentos.

A menudo, se consideran accesorios y parte de bienes raíces y, como tales, a menudo se suministran a los inquilinos como parte de propiedades de alquiler de otro modo sin amueblar.

Estos aparatos pueden proporcionar funciones, las cuales se determinan como:

- Aparatos para proporcionar confort residencial
- Aparatos de cocina
- Aparatos para uso doméstico higiene
- Aparatos para la higiene personal

Los electrodomésticos pueden tener conexiones eléctricas especiales, conexiones a los suministros de gas, o de plomería especial y medios de ventilación que pueden estar conectados de forma permanente al aparato. Esto limita en el que se pueden colocar en un hogar.

A electrodomésticos duros suelen ser alimentadas por electricidad o gas, y suelen ser de tamaño grande, montada en un área de la habitación. Así aparatos a menudo considerados como una parte regular de la propiedad y también a menudo se incluyen en el ejemplo.

Los apartamentos y casas en venta o alquiler. Una segunda característica de los aparatos es que pueden requerir otra instalación de alambre para proporcionar la electricidad necesaria, lo que limita en el que se pueden colocar en la habitación.

Los electrodomésticos generalmente se clasifican por líneas, existen la línea marrón y la línea blanca. En lo que respecta la línea marrón, pertenecen electrodomésticos como televisores, reproductores de música y video, las computadoras, e impresoras. Por su parte, los electrodomésticos de línea blanca se refieren a las refrigeradoras, tostadoras, cocinas, licuadoras, etc.

Salvaguardias de electrodomésticos

Según lo determinado por Diario “El Comercio” (2015), “en el País, muchos de los productos que son introducidos como importaciones se les aplicará Salvaguardias.” (pág. 78)

Una de las salvaguardias que se aplicarán en el país tiene que ver con las tasas arancelarias para los electrodomésticos, estos productos están registrados actualmente para dichas restricciones, entre las tasas arancelarias que deben pagar son:

Importaciones

Electrodomésticos con el 65% del arancel son:

- ❖ Refrigeradoras
- ❖ Secadoras de ropa

Los electrodomésticos con el 75% de arancel son:

- ❖ Licuadoras
- ❖ Sanducheras
- ❖ Planchas
- ❖ Microondas
- ❖ Hornos

- ❖ Aspiradoras

Diario “El Comercio” (2015), también expone que “alrededor de 120 partidas vinculadas con electrodomésticos forman parte de la Resolución que oficializa la salvaguardia por balanza de pagos” (pág.2)

Es importante indicar que para aquellos productos que vienen en partes y que son ensamblados localmente el cálculo se basa y está en función de cuánto componente nacional se añade, como es el caso de los televisores. Los electrodomésticos que tienen aranceles más altos son los siguientes:

- ❖ Lavadoras
- ❖ Televisores
- ❖ Planchas
- ❖ Secadoras de cabello
- ❖ Microondas

Estos electrodomésticos mencionados son aquellos que se encontraban apagando un arancel del 30% y con la salvaguardia este tuvo un aumento del 15% y hace un total del 45%. Según Ricardo Cando, propietario del negocio Electrocentro, menciona que los precios de los electrodomésticos, como es el caso de los televisores tienen un costo de \$300, pero los televisores de marca Sony o Samsung tienen un valor de \$420.

Por otro lado, se exterioriza la lavadora LG de 35 libras que se encuentra en \$500, no obstante, la marca Whirlpool está a \$600. Los comerciantes indican que los importadores están despachando poca mercadería, el ajuste de precios también va dirigido para aquellos electrodomésticos de pequeño tamaño como son:

- ❖ Microondas
- ❖ Planchas
- ❖ Equipos de sonido
- ❖ Tostadoras de pan
- ❖ Calefactores de agua

- ❖ Secadoras de cabello

2.4.6 Ensamblaje de televisores

De acuerdo a un artículo publicado por el diario El Universo (2015), “la tv ensamblada en el país es más competitiva” (pág.1)

La oferta de televisores ensamblados en el país no es nueva, ya que esto surgió en el 2008 con la innovación de las salidas que acceden a la importación de piezas y partes. Por otro lado, en los últimos años la intervención en el mercado de este tipo de productos ha tomado fuerza porque la importación de televisores acabados resulta más costosa.

No obstante, en el 2009 se inició la aplicación de las salvaguardias cambiarias y de balanza de pagos, de tal forma que los televisores fueron perjudicados y en la actualidad existen salvaguardias para televisores y piezas. Andrés Mata, comisionado de la Asociación de Almacenes de Electrodomésticos del Ecuador, indica que el 40% de los televisores que se comercializan en los locales de venta de electrodomésticos son ensamblados en Ecuador y aumenta que la intervención de los televisores ensamblados ha ido aumentando, ya que es la misma calidad de los televisores que tienen procedencia extranjera.

Las marcas extranjeras de televisores LG y Sony, mencionaron que cada año se va a realizar una incrementación del número de televisores “Made in Ecuador”. El objetivo primordial de aquello es brindar costos más bajos en un espacio donde el nivel de consumo se ve amenazado por la oportunidad económica. La empresa Audioelec fabrica en Guayaquil televisores de seis marcas, que son las siguientes:

- ❖ Riviera
- ❖ Tekno
- ❖ Innova
- ❖ Diggio
- ❖ Westinghouse
- ❖ Sony

Esto determina el desarrollo del ensamblaje en el país, hace un par de años atrás, haciendo referencia el 2009, la marca Riviera se encontraba constituido por 45 individuos que trabajan

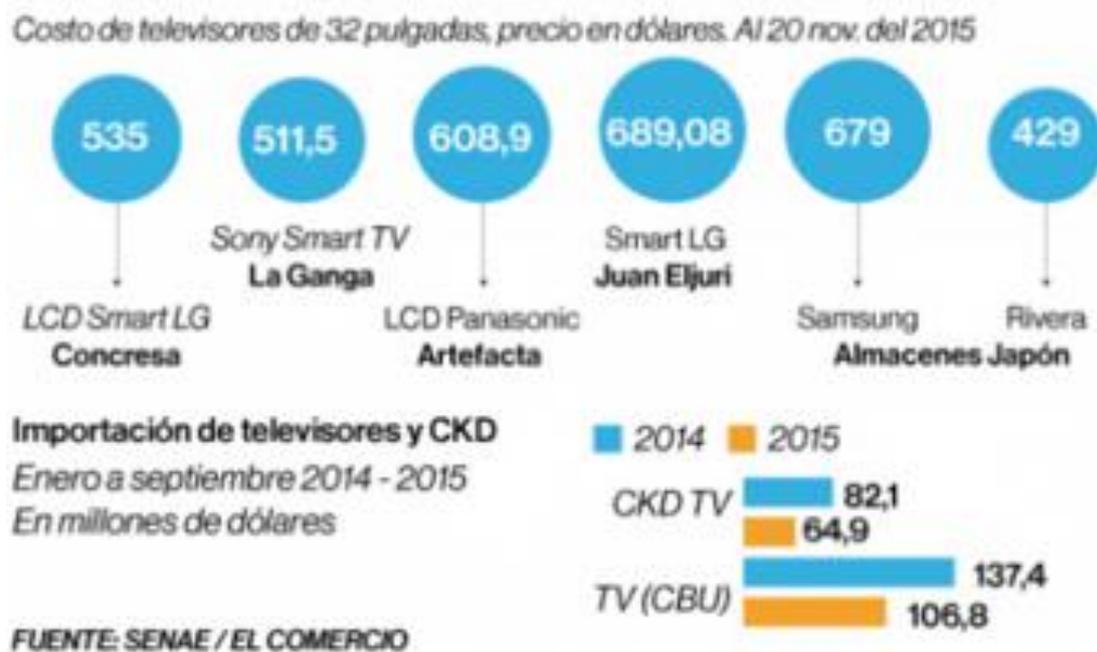
en planta y hacían un total de producción de 200 equipos al día, pero hoy en día, esta marca se encuentra conformada por 200 colaboradores y el total de producción de la planta tuvo un acrecentamiento de 500 equipos al día.

Los precios de las marcas Riviera y Diggio, consta con un 35% menores a los que tienen las marcas importadas que se comercializan en el mercado, como es Sony que inició el proceso de ensamblado en el 2012, y, por consiguiente, mencionó que subirá nueve modelos, obteniendo un 80% del producto ensamblado en el país, para así en 2016 dejar de importar televisores.

El country Manager de Sony de Ecuador, indica que anteriormente las piezas y las partes de los televisores tenían 2.5% de arancel, pero actualmente este se encuentra constituido por 25% de salvaguardias; Ellos indican que ensamblar resulta más económico, porque un televisor finalizado tiene un nivel de salvaguardia alto, reflejándose así el 45%. El presidente de LG en Ecuador, indica que la decisión que se ejecutó, se realizó para conseguir una mayor competitividad en los precios.

Es relevante indicar que existe una diferencia entre los televisores que se ensamblan en Ecuador y los televisores que son importados, ya que tiene un porcentaje del 20% de diferencia. El objetivo principal de la industria local es aumentar la manufactura nacional, ya que los precios de estos electrodomésticos tienen gran diferencia a los precios que se plantean en otros países, como es Estados Unidos, un televisor de Samsung de 24 pulgadas tiene el valor de \$200.

Figura 1 Precio de los televisores por almacén y marca



Fuente: (El Universo, 2015)

2.4.6.1 Empresas ensambladoras de televisores

❖ Audio Visión Electrónica (AUDIOELEC)

Lo mencionado por la página Oficial de AUDIOELEC (2016), “es una empresa pionera en el ensamblaje tecnológico del país, establecida en la ciudad de Guayaquil”

La empresa AUDIOELEC, es una moderna planta industrial que se encuentra localizada en el Km.4 de la vía Durán – Tambo, cuenta con 5 líneas de ensamblaje de televisores LED. Esta empresa ensambla televisores para cinco tipos de marcas:

- ❖ Sony
- ❖ Riviera
- ❖ Tekno
- ❖ Diggio
- ❖ Innova

Figura 2 Empresa ensambladora de televisores



Fuente: (AuidoElec, 2016)

Según el Diario “El Comercio” (2015), “el 80% de las TVs de Sony son made in Ecuador” (pág.1)

La compañía Sony inició su línea de ensamblaje en el 2012, en el que se fabrica 500 y 800 equipos de acuerdo a la temporada, esta planta donde suenan las bandas deslizantes y los destornilladores automáticos resuenan, es la octava en el mundo y la cuarta Sony del continente americano, ya que existen en otros países, como es México, Brasil y Argentina.

Es importante indicar que, la etiqueta hecho en el país no se limita al acoplamiento de aparatos, ya que el resto de los materiales que se necesita son importados, como:

- Pantallas
- Plásticos
- Arneses
- Metales de la estructura externa

❖ **Industria Nacional de Ensamblajes S.A. (INNACENSA)**

Lo indicado por Diario "El Comercio" (2015), “con 50 operarios ecuatorianos, en las instalaciones de la empresa Innacensa, en Durán, se ensamblan por primera vez los televisores de una de las marcas asiáticas de tecnología más importantes del mundo, LG Electronics”

Innacensa, es una empresa que se dedica a la producción de ensamblaje, cuyo objetivo alcanzar es 16000 unidades mensuales, en la primera etapa se comenzó a fabricar modelos de 32,43 y 49 pulgadas, de los 18 que tiene la empresa en el mercado.

Para que se lleve a cabo este tipo de actividad los ejecutivos que constituyen la empresa, capacitaron al personal durante dos meses, uno de los directivos de la empresa mencionó que “se encuentran enfocados en la calidad, de tal forma se realizan controles estrictos, prueba de temperaturas altas, golpes para poder comprobar su resistencia”.

Las piezas de los modelos Smart Tv LG son importadas, aunque a futuro se puede realizar la producción de tarjetas eléctricas y otros tipos de elementos.

❖ **Suramericana de Motores (MOTSUR S.A.)**

La empresa Motsur se encuentra ubicada en la ciudad de Cuenca y son encargados del ensamblaje de televisores de la marca TCL. En el mes de septiembre del año 2015, la empresa dio a conocer su nueva línea de televisores como Curve tv, Smart tv, 3D, 4K y LED. Como en la gran mayoría de empresas, su objetivo primordial es el desarrollo óptimo de la producción nacional. En diciembre del 2015, la empresa cerró el año con una producción de un aproximado de 40,000 televisores, respectivamente.

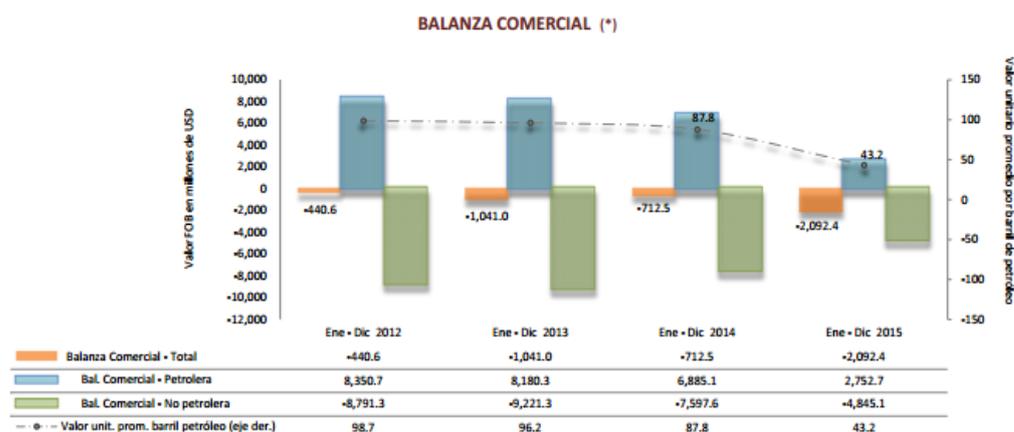
❖ **Sociedad Electrónica S.A. (SOCELEC)**

La empresa Socelec S.A., se encuentra ubicada en la ciudad de Cuenca, filial del Grupo Eljuri, creada en 2012, iniciaron la producción de televisores en el año 2014, producen marcas como: Ecasa de origen ecuatoriano, y de origen chino marcas como: Konka, Stargold e Hitachi. Gerente General de la empresa Ramón Valdivieso, destaca que son capaces de ensamblar hasta 900 televisores por día. Recuerda que este momento la norma emanada por el gobierno exige que hasta junio de 2015 la integración de partes y piezas sea del 8% para el televisor superior a 40 pulgadas y del 10% para televisores menores a esta dimensión. Desde julio, la integración será del 12% para televisores pequeños y 10% para los más grandes.

2.2.6 Balanza Comercial

Balanza comercial del Ecuador, comparación de los últimos años:

Gráfico 1 Balanza Comercial



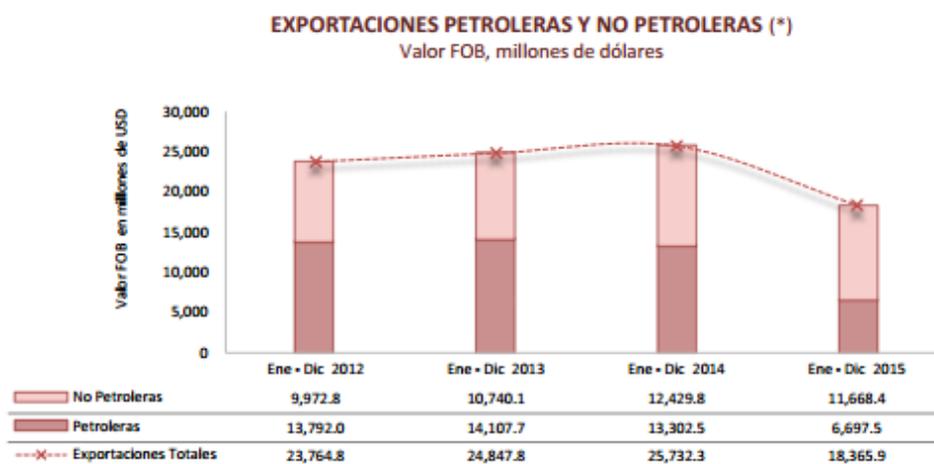
Fuente: (Banco Central del Ecuador , 2016)

En el gráfico presentado se muestra la balanza comercial petrolera del país en los últimos años, en donde se puede verificar que el período del año 2015 se obtuvo un resultado favorable, ya que el saldo fue de USD 2,752,7 millones, superávit debido a la disminución del valor unitario promedio del barril exportado del crudo, en comparación al año anterior 2014, el cual el superávit fue mayor, siendo este de USD 6.885.1 millones.

En cuanto a la balanza comercial no petrolera, esta disminuyó su déficit en un 36.2% acorde a los resultados obtenidos del año 2014, al ser este de USD -7,597.6 millones a USD -4,845.1 millones.

❖ Exportaciones

Gráfico 2 Exportaciones Petroleras y no petroleras



Fuente: (Banco Central del Ecuador , 2016)

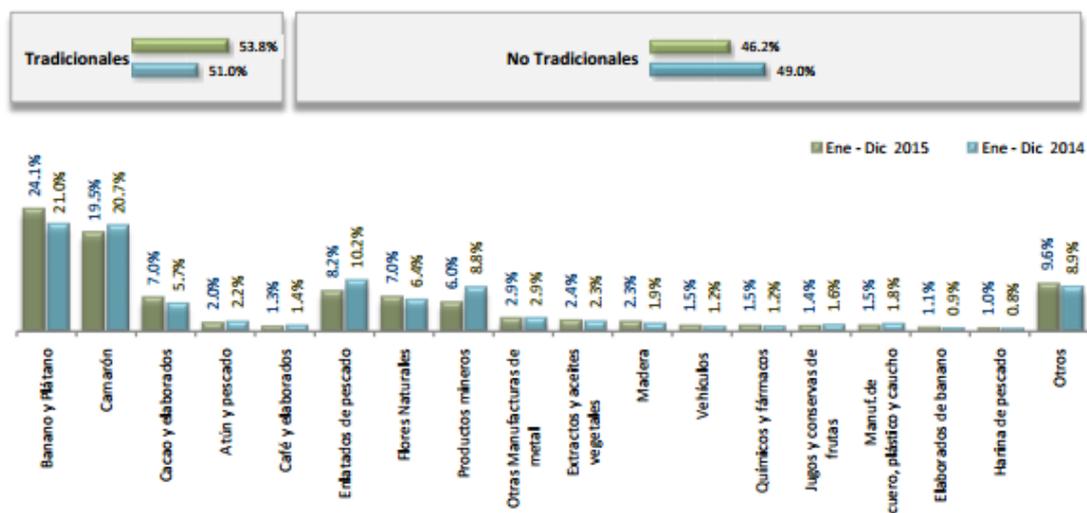
En cuanto a las exportaciones totales para el año 2015 fueron de \$18,365.98, lo cual tuvo una relatividad menor a la del año anterior, siendo el -28.6% de las exportaciones, lo que representa USD7,366.4 millones menos en comparación con el período anterior.

Por su parte, las exportaciones Petroleras tuvieron una disminución del -49.7% de las ventas, puesto que para el año 2014 estas exportaciones tuvieron lugar para USD 13,302.5 millones y para el año 2015 fueron de USD 6,697.5 millones, lo cual comprende 6,604.9 millones de dólares menos en las exportaciones.

En acuerdo a las exportaciones No Petroleras, estas también mostraron una disminución del 6.1% en comparación del año 2014-2015; En el año 2014 las exportaciones fueron de \$12,429.8 millones y para el año 2015 obtuvo \$11,668.4 millones.

En el siguiente gráfico, se muestra la participación en forma porcentual de las exportaciones No Petroleras tradicionales y no tradicionales del año 2014 y 2015. Siendo, 53.8% de las exportaciones de productos no tradicionales y 46.2% no tradicionales en el período 2015.

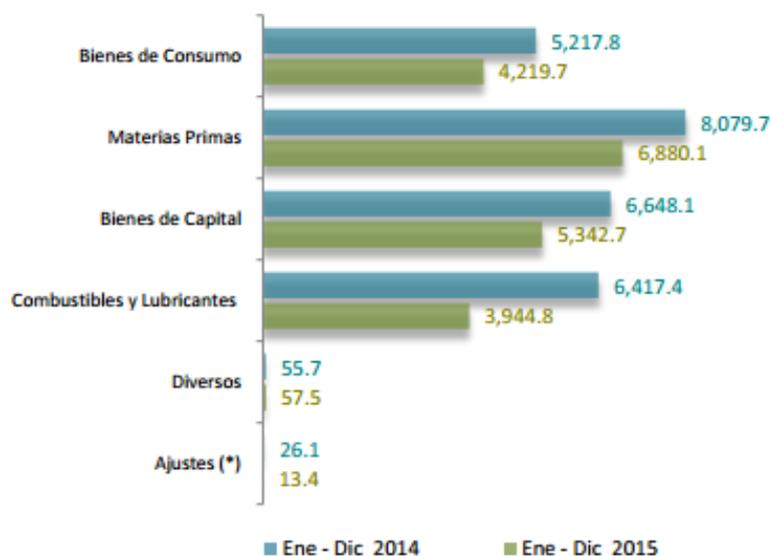
Gráfico 3 Participación de las exportaciones



Fuente: (Banco Central del Ecuador , 2016)

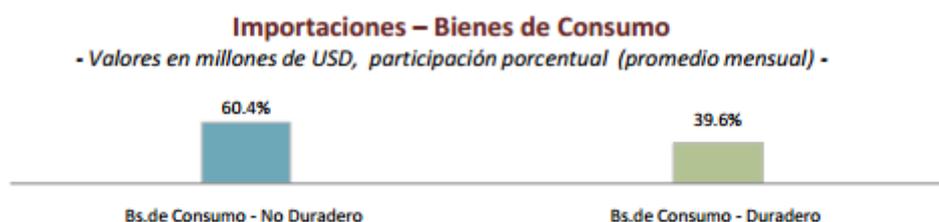
❖ Importaciones

Las importaciones están divididas por los bienes de consumo, materias primas, bienes de capital, combustibles y lubricantes y otros.

Gráfico 4 Importaciones en valor FOB

Fuente: (Banco Central del Ecuador , 2016)

De acuerdo a lo que se puede evidenciar del gráfico presentado, las importaciones de los bienes de consumo en el año 2015 fueron menores en comparación con el año anterior; ya que para el año 2014 se importó \$5,217.8 millones y para el año 2015 se obtuvo \$4,219.7 millones. A su vez el resto de las importaciones como materias primas, bienes de capital, combustibles, lubricantes y otros disminuyeron para el último año mencionado.

Gráfico 5 Importaciones de consumo

Fuente: (Banco Central del Ecuador , 2016)

Las importaciones de los bienes de consumo están divididas en bienes duraderos y no duraderos; ya que son bienes por uso o destino económico (CUODE), para el año 2014 el promedio mensual en valor de FOB fue de \$379.9 millones, teniendo una participación del 60.4% de los bienes no duraderos y 39.6% de los bienes duraderos.

Tabla 2 Importaciones Primer semestre

Producto	Millones de Dólares CIF			% Variación 2014-2013	% Variación 2015-2014	% Participación 2014
	Enero - Junio 2013	Enero - Junio 2014	Enero - Junio 2015			
Bienes de Consumo	2,423	2,377	2,218	-1.9%	-6.7%	24.6%
Demás medicamentos para uso humano	255	270	266	5.9%	-1.6%	11.3%
Autos 1500-3000 cm3	119	123	94	3.7%	-23.5%	5.2%
Autos 1500-3000 cm3 en CKD	59	79	106	32.7%	35.3%	3.3%
Autos 1000-1500 cm3 en CKD	84	65	52	-22.4%	-20.7%	2.8%
Televisores LCD en CKD	11	24	31	127.6%	27.9%	1.0%
Los demás fungidas al por menor	20	23	28	14.2%	23.2%	0.9%
Materias Primas	4,005	3,953	3,703	-1.3%	-6.3%	40.9%
Torta de soya	140	178	185	27.0%	4.1%	4.5%
Los demás tubos (petróleo)	115	157	66	35.9%	-57.7%	4.0%
Los demás trigos	70	70	70	0.7%	-0.1%	1.8%
Polietileno <0.94	53	60	62	14.2%	2.0%	1.5%
Preparaciones alimenticias animales	42	53	59	25.4%	12.2%	1.3%
Polipropileno	41	47	44	14.9%	-5.3%	1.2%
Bienes de Capital	3,436	3,329	3,019	-3.1%	-9.3%	34.4%
Laptops	123	120	85	-2.0%	-29.1%	3.6%
Vehículos carga <=4,537 CKD (diesel)	48	83	76	71.1%	-7.8%	2.5%
Switching y routers	89	79	51	-10.8%	-35.9%	2.4%
Camiones >6,2t < 9,3t	47	45	52	-4.5%	17.2%	1.3%
Estaciones base	10	11	64	8.7%	463.8%	0.3%
Partes de grupos electrógenos	10	11	45	16.2%	301.9%	0.3%
Subtotal	9,864	9,659	8,940	-2.1%	-7.4%	99.9%
Total Importaciones no Petroleras	9,884	9,667	8,961	-2.2%	-7.3%	100.0%

Fuente: (Pro Ecuador , 2015)

De acuerdo a la tabla presentada las importaciones del primer semestre entre los años 2013 hasta 2015, estas importaciones corresponden a la clasificación No Petrolera; los bienes de consumo es el grupo al que corresponde los televisores LCD en CKD, la variación en su importación en los dos últimos años comprendió en 27.9%, lo cual indica el incremento de las importaciones de este bien de consumo duradero. Con respecto al año 2014, año en que se establecieron las salvaguardias, los televisores tuvieron una participación del 1.0%.

Tabla 3 Productos No Petroleros sujetos a Salvaguardias

Descripción de la Sub-partida	% Salvaguardia	Millones USD CIF		% Variación 2015-2014
		Marzo - Junio 2014	Marzo - Junio 2015	
Bienes de Consumo		777	580	-25%
Televisores LCD en CKD	25%	18	21	21%
Motos >50cm ³ < 250 cm ³	25%	14	14	3%
Los demás calzados	25%	11	13	17%
Materias Primas		561	438	-22%
Demás preparaciones alimenticias	5%	26	25	-5%
Los demás tubos (petróleo)	5%	90	21	-76%
Conductores eléctricos de cobre <1000v	5%	15	17	11%
Bienes de Capital		1,171	851	-27%
Laptops	15%	73	53	-28%
Switching y routers	15%	65	34	-47%
Los demás tractores	45%	36	25	-31%
TOTAL		2,510	1,870	-25.5%

Fuente: (Pro Ecuador , 2015)

El cuadro presentado muestra los productos no petroleros sujetos a salvaguardias, en el mismo se puede evidenciar la afectación de las restricciones en el primer trimestre del 2014-2015, como se observa las importaciones de televisores no disminuyeron pese a las salvaguardias que para la sub- partida correspondiente fue de 25%. La variación del 2015-2014 fue del 21% positivamente.

Por otra parte, las salvaguardias afectaron a los bienes de consumo en materias primas, en cuanto a los productos para preparaciones alimenticias con una variación del -5%, y en cuanto a tubos del sector petrolero con una variación del +76% entre el año 2014.-2015. A su vez las salvaguardias afectaron a los bienes de capital.

2.2.7 Pasos para la importación de televisores

A fin de que los televisores puedan ser importados, el importador debe considerar algunos pasos a realizar, además de tomar en cuenta las reglas de importación, la aplicación de impuestos, tasas y aranceles al producto que importará.

Los pasos para los importadores formales son los siguientes:

- ❖ Se debe registrar en el sistema de Ecuapass
- ❖ Recibir la aprobación de la Aduana

- ❖ Para registrarse en la aduana se debe presentar la documentación necesaria con respecto al importador, el país de origen, conceptos, etc.
- ❖ Se debe pagar el impuesto al valor agregado (IVA), Tasa de Fondo para el Desarrollo de la Infancia, ICE y aranceles.
- ❖ Tener el Registro Único de Contribuyente
- ❖ Registrarse en el Sice para realizar la declaración andina de valor (DAU)
- ❖ Los televisores deben contar con la aprobación del Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 117, para comprobar la eficiencia energética (COMEX , 2015).
- ❖ Generalmente el Incoterm utilizado para este tipo de mercaderías es FOB (Franco a Bordo)

2.3. MARCO LEGAL

2.3.1. RESOLUCION COMEX Nro. 007-2015, EN SU ARTICULO 2, NUMERAL 9 CKD (COMPLETELY KNOCKED DOWN) Desarmado Completamente de televisores:

(COMITE DE COMERCIO EXTERIOR, 2015) se entiende por CKD de televisores, al conjunto formado por partes que serán soldadas, ensambladas o atornilladas y que contengan como mínimo las siguientes partes desensambladas: pantalla, tarjeta electrónica principal, parlantes (armados o desarmados en sus componentes), fuente de poder, sintonizador (de codificador) para la recepción y transmisión de señales de televisión digital ISDB-T INTERNACIONAL (Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial) último podría o no venir soldado a la tarjeta electrónica principal; e importadas por empresas ensambladoras de televisores que estén debidamente registradas en el Ministerio de Industrias y Productividad, de conformidad con la legislación pertinente.

Estas partes y piezas pueden tener uno o varios orígenes, deben llegar en un solo embarque y cumplir con las siguientes condiciones:

1. Que forme parte del mismo conjunto completo de CKD,
2. Que sean modelos de CKD autorizados por el MIPRO y notificados al SENA, E,
3. Que estén destinados exclusivamente al ensamblaje de televisores;

2.3.2. MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO)

2.3.2.1 ACUERDO No. 13 113

De conformidad con lo que dispone el Artículo 2 del Acuerdo Ministerial No. 13 113 publicado en Registro Oficial No. 951 de 10 de mayo del 2013, el porcentaje mínimo de integración de partes y piezas, por tipo de bien a ensamblar, será determinado en forma anual, mediante Acuerdo Ministerial, con base a los informes técnicos de la Subsecretaría de Desarrollo Industrial y la Subsecretaría de Desagregación Tecnológica.

Mediante informe 14 103 de 10 de septiembre de 2014, el Subsecretario de Desarrollo Industrial y el Subsecretario de Desagregación Tecnológica determinaron la Metodología para Definir la Propuesta de Porcentaje Mínimo para Ensamblaje de Televisores en el año 2014.

Que, el Ministerio de Industrias y Productividad, con la finalidad de cumplir adecuadamente con sus atribuciones y responsabilidades, debe actualizar los procedimientos y requisitos y de esta forma, regular los procesos de ensamblaje a partir de las importaciones de CKD's por parte de las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad de ensamblaje en el país, actuales o futuras;

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 154 numeral 1 de la Constitución de la República; artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva, promulgado en el Registro Oficial No. 536 de 18 de marzo del 2002; y, artículo 2 del Acuerdo 13 113, publicado en el Registro Oficial No. 951 de 10 de mayo del 2013:

Acuerda:

Expedir el porcentaje Mínimo de Integración de Partes, Piezas y Software para Televisores para el año 2014 y 2015 a ser aplicado en el Registro y operación de las Empresas Ensambladoras de Televisores.

Artículo 1.- Establecer el porcentaje mínimo de integración de partes y piezas para Televisores ensamblados por empresas registradas en el Ministerio de Industrias y Productividad de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 4. Porcentaje mínimo de integración de partes y piezas para televisores ensamblados

Categoría	Rango Costo CIF US\$	Fecha de aplicación	Porcentaje Mínimo del Componente Nacional
1	0 - 300,99	1 de enero de 2015	10%
			12%
			22%
2	301 - 1500,99	30 de junio de 2015	8%
			10%
			18%
3	>1501	31 de diciembre de 2015	8%
			9%
			10%

Fuente: (DERECHO ECUADOR, 2014)

Los porcentajes mínimos deben ser cumplidos a partir del 1 de enero de 2015 en cada una de las unidades ensambladas, sin considerar la fecha de negociación, embarque o nacionalización de las mismas, por modelo, de conformidad con el Formato de Integración Nacional detallado en el Anexo I del presente Acuerdo, reemplazando al numeral 5.8 del artículo 5 del Acuerdo Ministerial 12 392 y el numeral 7 (Programa de Integración de Partes, Piezas Nacionales (MOE)) del Anexo II de dicho Acuerdo.

El cumplimiento será verificado por el Ministerio de Industrias y Productividad en inspecciones periódicas y aleatorias y en el informe auditado que éstas deben presentar hasta el 31 de marzo de cada año.

Artículo 2.- La Metodología de Calificación de Componente Nacional y su Porcentaje Incorporado, publicado mediante Registro Oficial Suplemento No. 313 de 18 de agosto de 2014, será utilizada por parte de las empresas ensambladoras para identificación nacional de

las partes, piezas y software y por el Ministerio de Industrias y Productividad para supervisión del cumplimiento del porcentaje mínimo de integración determinado mediante el presente Acuerdo.

Artículo 3.- En el caso de modelos aprobados previa la expedición del presente acuerdo y de nuevos modelos de Televisores, se concederá a las empresas solicitantes de la autorización, un plazo de cuatro meses de transición a partir de la fecha de aprobación, para desarrollar proveedores o implementar desarrollo interno de partes y piezas para cumplir con el porcentaje mínimo establecido en el artículo 1, cuando se demuestre que técnicamente estas partes y piezas requieren de un desarrollo tecnológico o no haya la suficiente capacidad de producción que permite incorporarlas inmediatamente. Esto será verificado mediante inspecciones por la Subsecretaría de Desarrollo Industrial. Durante estos cuatro meses los modelos que se acojan a esta disposición deberán cumplir al menos el porcentaje mínimo vigente del periodo inmediatamente anterior y no podrá ser menor del 8% para el primer periodo de aplicación.

Artículo 4.- El documento que servirá de verificación para determinar la incorporación nacional de partes, piezas y software, en las inspecciones periódicas y aleatorias que realizará la Subsecretaría de Desarrollo Industrial, es la factura o nota de venta emitida por el fabricante/proveedor de las mismas que deberá contener la denominación exacta de la parte, pieza o software.

Artículo 5.- Se aceptará como integración nacional o Material Originario Ecuatoriano (MOE) de Televisores ensamblados, al empaque y embalaje que lleguen a un porcentaje máximo definido de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 5. Porcentaje máximo para material de empaque y embalaje

Rango Costo CIF US\$	Porcentaje máximo para material de empaque y embalaje
0 - 300,99	4%
301 - 1500,99	4%
>1501	2%

Fuente: (DERECHO ECUADOR, 2014)

Se define como material de empaque y embalaje a las siguientes partes y piezas:

- Caja de embalaje primario del producto.
- Fundas plásticas de embalaje primario del producto.
- Espumafón o protectores.
- Etiquetas, adhesivos o stickers que se comercialicen incorporados en el producto o en el embalaje primario.
- Hojas de Garantía o certificados.
- Sellos de seguridad e identificación que se comercialicen en el producto.
- Manuales, guías entre otros.
- Mica de protección de pantalla.
- Grapas y otros elementos que se incorporan en el embalaje primario.

Artículo 6.- Se aceptará como Material Originario Ecuatoriano, hasta un 4% de software que sea incorporado en el producto ensamblado como aplicaciones para televisores, sin embargo no existe límite para la incorporación de software de sistema operativo. El software debe cumplir con lo establecido en la Metodología de Calificación de Componente Nacional y su Porcentaje Incorporado y de Cálculo del Material Originario Ecuatoriano (MOE). No se considerara como software de incorporación nacional:

- Pantalla de arranque (Boot o splash screen).

- Fondos de Pantalla.

Artículo 7.- Las solicitudes de aprobación de nuevos registros de ensambladores, de nuevos proveedores de CKD en el exterior y nuevos modelos de Televisores, de ensambladoras ya registradas, deben presentarse a la Subsecretaría de Desarrollo Industrial, antes de realizar la importación, de conformidad con los Acuerdos que regulan el registro de ensambladoras.

Artículo 8.- Las empresas que obtengan el registro como ensambladoras de Televisores tendrán un plazo de 90 días para iniciar las operaciones de ensamblaje, caso contrario, el Ministerio de Industrias y Productividad a través de la Subsecretaría de Productividad Industrial aplicará la Suspensión Temporal del Registro la cual podrá ser levantada si la empresa demuestra subsanar el incumplimiento al inicio del proceso de importación de CKD.

Se otorgará a la empresa ensambladora Suspendida Temporalmente, un plazo de 30 días para cumplir el porcentaje establecido en los CKD que ensamble en ese periodo de tiempo, luego

del cual se aplicará la Cancelación del Registro en caso de que la empresa no demuestre la incorporación del porcentaje mínimo.

Artículo 9.- Cancelación del registro.- En caso que los informes de inspecciones o el informe auditado, sea evidenciado el incumplimiento del porcentaje mínimo de integración nacional establecido en el presente Acuerdo Ministerial, el Ministerio de Industrias y Productividad a través de la Subsecretaría de Desarrollo Industrial, aplicará la Suspensión Temporal de los modelos no conformes y procederá a la notificación de tal incumplimiento al Servicio de Aduana del Ecuador (SENAE), con el objeto de que se aplique el pago de aranceles correspondiente.

2.3.2.2 ACUERDO No. 14-290

Mediante Acuerdo Ministerial No. 12 392, publicado en el Registro Oficial No. 777 de 29 de agosto de 2012, se estableció el Registro de personas naturales o jurídicas dedicadas a la actividad de ensamblaje en el país, a partir de la importación de material CKD para productos que sean susceptibles de procesos de ensamblaje;

Que, el Anexo III del Acuerdo Ministerial 12 392, publicado en el Registro Oficial No. 777 de 29 de agosto de 2012, estableció el 5% como porcentaje mínimo de Material Originario Ecuatoriano a cumplir por las empresas que se registren como ensambladoras;

Que, de conformidad con lo que dispone el Artículo 3 del Acuerdo Ministerial 12 392, las personas naturales o jurídicas dedicadas a la actividad de ensamblaje en el país, son las únicas autorizadas para importar material CKD de productos susceptibles de procesos de ensamblaje, que se encuentren clasificados como CKD en el Arancel del Ecuador y cumplan con el Régimen Aduanero correspondiente

2.4.Incoterms

Para Acosta (2011, pág. 96) las reglas Incoterms o Términos de Comercio Internacional son una serie de términos comerciales predefinidas publicados por la Cámara de Comercio Internacional (ICC). Son ampliamente utilizados en las transacciones comerciales internacionales o los procesos de adquisición.

Una serie de términos comerciales de tres letras relacionadas con las prácticas comunes de ventas por contrato, las reglas Incoterms tienen la intención de comunicar claramente las tareas principalmente, los costos y riesgos asociados con el transporte y la entrega de los bienes.

Los Incoterms son aceptados por los gobiernos, las autoridades legales y profesionales de todo el mundo para la interpretación de los términos más utilizados en el comercio internacional. Están destinadas a reducir o eliminar por completo las incertidumbres derivadas de la diferente interpretación de las normas en diferentes países. Como tales, se incorporan regularmente en los contratos de venta en todo el mundo.

Publicado por primera vez en 1936, los Incoterms se han actualizado periódicamente, con la octava versión de Incoterms 2010, publicado el 1 de enero de 2011. Según Vera (2012, pág. 19) Incoterms 2010 define las reglas 11, por debajo de las 13 reglas definidas por los Incoterms 2000, estas son:

Reglas para cualquier modalidad o modalidad de transporte:

- EXW (En Fábrica)
- FCA (Franco Porteador)
- CPT (Transporte Pagado Hasta)
- CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)
- DAT (Entregada en Terminal)
- DAP (Entregada en Lugar)
- DDP (Entregada Derechos Pagados)

Reglas para transportar de modo marítimo y vías navegables interiores

- ❖ FAS (Franco al Costado del Buque)
- ❖ FOB (Franco a Bordo)
- ❖ CFR (Costo y Flete)
- ❖ CIF (Costo, Seguro y Flete)

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación

Según lo estipulado por Galeano (2013), “el diseño de la investigación es una estructura que manifiesta en su contenido las etapas y procesos que se deberán llevar a cabo en el estudio para que el investigador pueda realizar de una correcta forma el levantamiento de la información.” (pág. 12)

Teniendo presente el principal enfoque del proyecto, es preciso manifestar que el estudio será netamente investigativo, puesto que se requiere obtener información que permita a las autoras medir el impacto de las salvaguardias en el ensamblaje de televisores de marcas extranjeras en Ecuador.

Es por ello que en la investigación se tomará en cuenta a fuentes primarias y secundarias llevando a cabo un estudio con enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) no experimental que brinde la posibilidad de obtener los datos requeridos en el estudio.

Siendo así que posterior a lo señalado, se elaborará un diseño de la investigación precisando cada una de las etapas y recursos que se cumplirán y emplearán para el levantamiento de la información.

- En base a la información que se pretende recopilar, como tipo de investigación en el presente estudio se llevarán a cabo los exploratorios, descriptivos y de campo.
- En cuanto a la obtención de la información se tomará en cuenta como principal instrumento al cuestionario.
- Teniendo como base el enfoque de la investigación, las técnicas que se emplearán serán la encuesta y la entrevista.
- En el estudio se establecerá una determinada población, no obstante, se precisará su muestra correspondiente.

- Los resultados que se hayan obtenido una vez cumplido el levantamiento de la información serán analizados e interpretados.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Investigación exploratoria

De acuerdo con Ávila (2012), “la investigación exploratoria sirve principalmente para identificar o tener una mayor noción de una problemática o hecho que se encuentra bajo estudio, por lo tanto, es considerado por muchos investigadores como paso inicial en los planes de estudio.” (pág. 99)

Para tener un mayor conocimiento acerca de la temática establecida para el presente proyecto de investigación, es imprescindible por parte de las autoras desarrollar investigaciones bibliográficas inmersas en el estudio exploratorio, para así poder tener un discernimiento más claro acerca del ensamblaje de televisores por parte de marcas extranjeras.

Por otro lado, es imprescindible conocer las medidas impositivas estipuladas por el gobierno nacional en relación a dichos electrodomésticos y demás temas relacionados con el objetivo de la investigación, siendo así que se tomará en cuenta a fuentes secundarias, tales como textos y revistas científicas, periódicos digitales y demás referencias, que permita a las autoras poder sustentar y validar toda la información recopilada.

3.2.2. Investigación descriptiva

García (2012) menciona que, “la investigación descriptiva, también denominada investigación estadística, es aquella que permite al investigador detallar situaciones, características acontecimientos en relación a un problema que se encuentre bajo estudio, llegando a especificar los aspectos más importantes del elemento que se encuentra en análisis.” (pág. 26)

La investigación a su vez será de tipo descriptiva, puesto que se necesita medir los efectos tanto social como económico que ha causado las medidas impositivas en el ensamblaje de televisores de marcas extranjeras en el país por parte de aquellas empresas, así como también por parte de

los consumidores, conocer sus puntos de vista y medir el grado de conformidad de aquellos individuos sobre los televisores ensamblados nacionalmente.

3.2.3. Investigación de campo

Según lo señalado por Rojas (2014), “en la investigación de campo, la recopilación de la información se la efectúa en el lugar donde acontecen los problemas o hechos, puesto que esta garantiza que los datos recabados y los resultados obtenidos no hayan sido manipulados en el transcurso del estudio.” (pág. 124)

Es necesario por parte de las autoras llevar a cabo el estudio de forma directa, y extraer los datos sobre los individuos que puedan ofrecer la información que se requiera recopilar, considerándolos como fuentes primarias, para así poder dar total validez a la investigación en cuanto a sus resultados.

3.3. Instrumento de la investigación

3.3.1. El cuestionario

Según lo manifestado por Tenbrink (2013), “el cuestionario es aquel instrumento que simplemente se encuentra conformado por un listado de preguntas coherentes y lógicas enfatizadas en el objetivo de la investigación, por lo general este ayuda al investigador a obtener información en relación al objeto de estudio.” (Pág. 141)

Para el presente estudio se elaborará 2 clases de cuestionarios, ambos con diferentes enfoques, puesto que el primero estará orientado para el desarrollo de encuestas, estructurándose con preguntas de investigación cerradas, mientras que el otro instrumento estará compuesto con interrogantes abiertas para llevar a cabo entrevistas.

Es importante indicar que ambos cuestionarios tendrán como patrón los objetivos del proyecto, además de exponer una terminología sencilla para que puedan ser comprendidos por los individuos que participarán en la investigación.

3.4. Técnica de la investigación

3.4.1. La encuesta

Díaz (2012) menciona que, “la encuesta es una técnica de estudio que se la desarrolla de forma sistemática sobre una muestra de individuos con el objetivo de llegar a obtener mediciones cuantitativas permitiendo al investigador a ser más objetivo en la recopilación de los datos.” (Pág. 46)

Se tomó en cuenta la encuesta, puesto que permitirá captar un mayor índice de datos de forma puntual y ordenada, siendo más factible para las autoras el procesamiento y análisis de la información, debido a que los porcentajes serán reflejados de forma porcentual, es decir, se emplearán métodos cuantitativos.

3.4.2. La entrevista

De acuerdo con Heinemann (2012), “la entrevista es una técnica cualitativa utilizada principalmente para obtener información referente a experiencias y conocimientos de manera amplia por parte del objeto de estudio, caracterizada por no tener limitación alguna en la obtención de datos.” (Pág. 111)

Como es de conocer se empleará a su vez la entrevista puesto que es importante poder recopilar información amplia en donde se pueda conocer los puntos de vista de las marcas extranjeras que ensamblan sus televisores en el país sobre el efecto de las salvaguardias en aquel mercado.

3.5. Población y Muestra

3.5.1. Población

Según lo definido por Vargas (2012), “se denomina población al conjunto de individuos que comparten propiedades y características siendo estas las que son de interés conocer por parte del investigador y cuando se conoce el total de unidades estadísticas se la define finita, caso contrario, es infinita.” (pág. 34)

Para el estudio cuantitativo se considera como población a los habitantes de la ciudad de Guayaquil que alcanzan edades entre los 23 – 55 años siendo un total de 1'034.399 individuos según datos proporcionados por el INEC (2015).

Por otro lado, para la investigación cualitativa se estimará a los representantes de casas comerciales de la ciudad de Guayaquil, que ofrecen al consumidor televisores ensamblados localmente.

Tabla 6 Habitantes de la ciudad de Guayaquil por grupo de edad entre 23 - 55 años

Edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
23	20237	20965	41202
24	19944	20802	40746
25	20258	20862	41120
26	19196	19916	39112
27	18984	19320	38304
28	20166	20549	40715
29	20024	20637	40661
30	20726	21032	41758
31	18717	19765	38482
32	18472	19038	37510
33	18233	18296	36529
34	16700	17488	34188
35	16340	16557	32897
36	15672	16530	32202
37	14963	15964	30927
38	15733	16516	32249
39	15270	15613	30883
40	15522	16120	31642
41	13459	14211	27670
42	14119	14817	28936
43	13080	13869	26949

44	12894	13789	26683
45	13404	14578	27982
46	13209	14225	27434
47	12982	13921	26903
48	12833	13945	26778
49	11461	12280	23741
50	12298	13085	25383
51	10594	11204	21798
52	10256	10675	20931
53	10353	10880	21233
54	9734	10691	20425
55	9846	10580	20426
Total			1034399

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015)

3.5.2. Muestra

Según lo dicho por Ross (2014), “se denomina muestra a un subconjunto o porción de la población, siendo los individuos o elementos que la compone, los que reflejarán las características de la población a la que pertenecen, considerándose como una parte representativa.” (pág. 35)

Se tomará la fórmula para la población infinita de los habitantes de la ciudad de Guayaquil debido a su tamaño excede de los 100.000 individuos, siendo expuesta a continuación con su correspondiente desarrollo.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

En donde:

z= Nivel de confianza (1.96)	$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2}$
p= Probabilidad de éxito (0.5)	$n = \frac{3,8416 * 0,50 * 0,50}{0,0025}$
q= Probabilidad de fracaso (0.50)	$n = \frac{0,9604}{0,0025}$
e= Margen de error (0.05)	$n = 384$

Siendo en base al cálculo que el tamaño de la muestra a encuestar es de 384.

3.6. Levantamiento de la información

Para el levantamiento de la información las autoras efectuarán las entrevistas a representantes de las casas comerciales en la ciudad de Guayaquil, así también realizarán las encuestas correspondientes frecuentando los sectores principales de la ciudad.

Tomados los datos, estos serán procesados y tabulados para presentar los resultados en gráficos y tablas de frecuencias siendo el software Microsoft Excel la principal herramienta a manipular. Por último, se tomará en cuenta la información obtenida de forma cualitativa y cuantitativa para analizarla e interpretarla.

ENCUESTA

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

1. ¿Cuándo fue la última vez que adquirió un televisor nuevo? (En caso de no haber adquirido uno, pase a la pregunta 7)

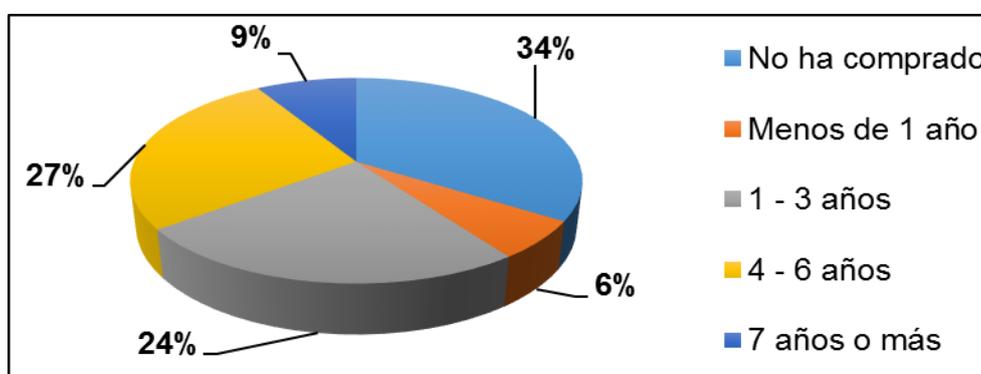
Tabla 7 Tiempo de adquisición de televisor

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No ha comprado	131	34%
Menos de 1 año	23	6%
1 - 3 años	94	24%
4 - 6 años	103	27%
7 años o más	33	9%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 6 Tiempo de adquisición de televisor



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

De acuerdo a los resultados hallados, al encuestar a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, se obtuvo que el 27% del total adquirió un televisor entre 4 a 6 años, por otro lado, el 24% indicó haberlo adquirido hace 1 a 3 años, el 9% hace 7 años o más, el 6%, señaló menos de 1 año y el 34% asegura no haber adquirido un televisor nuevo. Con esto se puede dar a conocer que la adquisición de televisores por parte de los objetos de estudio en la mayoría de los casos,

fueron comprados en el periodo en que marcas como Sony decidieron ensamblar la mayor parte de sus televisores en el país, resultados certeros que permitieron conocer la percepción del mercado en relación a aquellos productos.

2. ¿De qué manera usted adquirió su televisor?

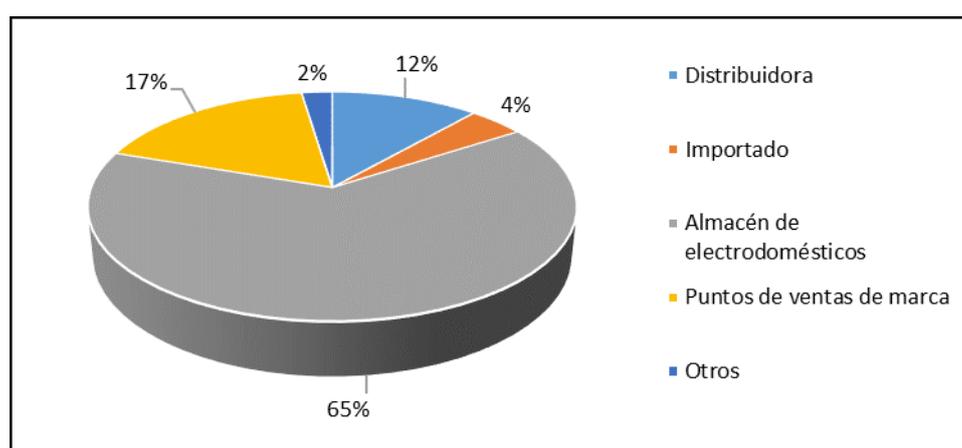
Tabla 8 Adquisición de televisor

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Distribuidora	29	11%
Importado	11	4%
Almacén de electrodomésticos	163	64%
Puntos de ventas de marca	44	17%
Otros		
Especifique <u>BAHÍA</u>	6	2%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 7 Adquisición de televisor



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Después de haber efectuado la investigación de mercado, en donde lo que se pretende conocer es el lugar en donde adquirió el televisor, el 64% manifestó que lo obtuvo en un almacén de electrodomésticos, mientras que un 17% aseveró que lo hizo en un punto de venta de su marca preferida, aunque otros de los encuestados prefirieron adquirirlo en una distribuidora. Por lo que se puede llegar a la conclusión que el establecimiento con más preferencia para efectuar una compra son los almacenes de electrodomésticos, debido a los diversos factores que estos brindan al momento de promocionar sus productos.

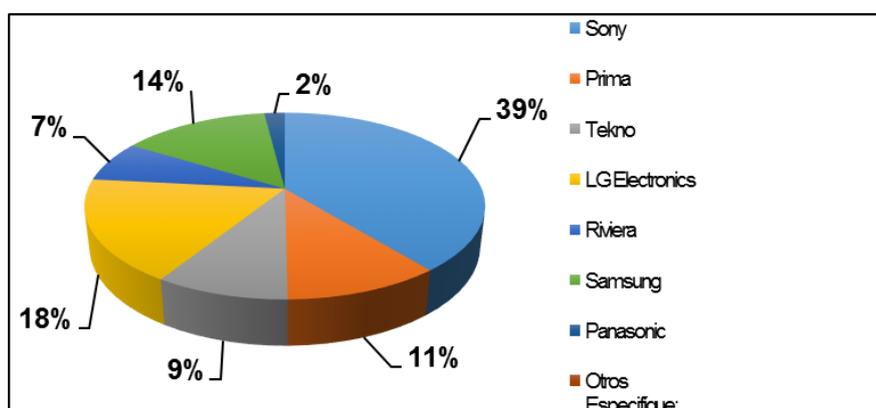
3. ¿Qué marcas de televisores es la que usted ha adquirido?

Tabla 9 Marca de televisor adquirido

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sony	99	39%
Prima	27	11%
Tekno	23	9%
LG Electronics	45	18%
Riviera	18	7%
Samsung	36	14%
Panasonic	5	2%
Otros		
Especifique: _____	0	0%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 8 Marca de televisor adquirido

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Fue muy importante conocer de los encuestados, la marca de televisor que han adquirido, en donde el 39% respondió a favor de Sony, otro grupo con el 18% dijo haber comprado la Marca LG, el 14% señaló la marca Samsung, el 11%, Prima, el 9%, Tekno, el 7%, Riviera y por último el 2% indicó la marca Panasonic. A través de los resultados se puede constatar que la mayoría de los habitantes de la ciudad de Guayaquil han adquirido marcas extranjeras que son ensambladas casi en su totalidad localmente, siendo muy pocos los productos adquiridos de marcas internacionales provenientes de mercados externos.

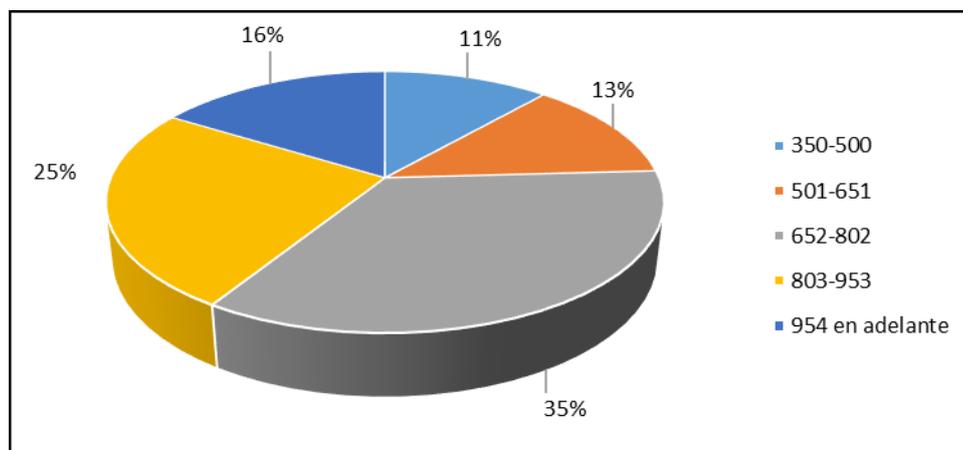
4. ¿Cuál es el precio promedio que pagó por su televisor?

Tabla 10 Precio de televisor

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
350-500	29	11%
501-651	32	13%
652-802	88	35%
803-953	63	25%
954 en adelante	41	16%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 9 Precio de televisor

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Del total de encuestados se puede verificar de acuerdo al gráfico superior que el 35% han pagado por un televisor aproximadamente de \$600 a \$800, seguido del 25% que cancelaron un valor de \$803 a \$953, tan solo un 16% manifestó que el equipo ha costado entre \$954 en adelante, debido a esto se puede evidenciar que los costos de los televisores fluctúan entre los \$600 a \$900, valores que se han incrementado, si se realiza una comparación con años anteriores, esto puede ser a causa de los impuestos que ha generado el gobierno con relación a los productos de importación.

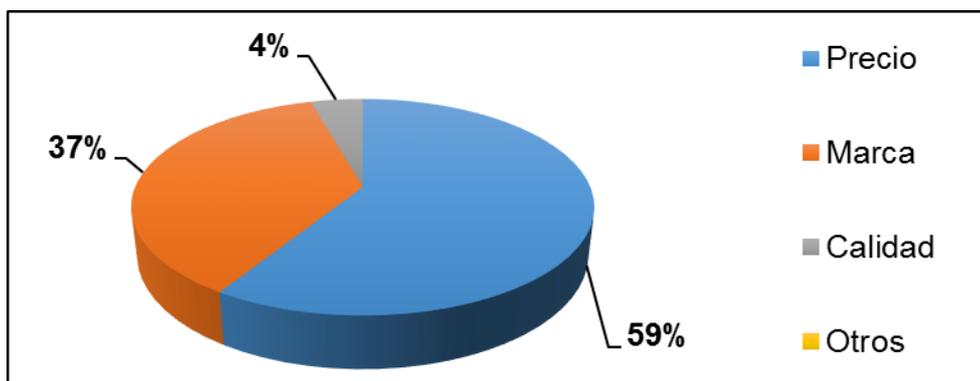
5. Al momento de adquirir el televisor ¿Cuál fue el aspecto más importante que influyó en su decisión de compra?

Tabla 11 Aspecto que influyó en la decisión de compra de televisores

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Precio	149	59%
Marca	93	37%
Calidad	11	4%
Otros	0	0%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 10 Aspecto que influyó en la decisión de compra de televisores

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Con el fin de conocer el principal factor que influyó en la decisión de compra de los encuestados se elaboró la presente pregunta, en donde se pudo obtener que el 59% se fijó mucho en el precio, no obstante, el 37% dijo que consideró la marca y el 4% la calidad. En relación a los datos que se reflejan en el gráfico, se puede constatar que el precio, así como también la calidad son aspectos importantes que ayuda a que el consumidor tenga incentivo en el poder adquisitivo del producto, lo que sin lugar a dudas deja en claro, que el mercado busca televisores de marcas reconocidas con valores asequibles.

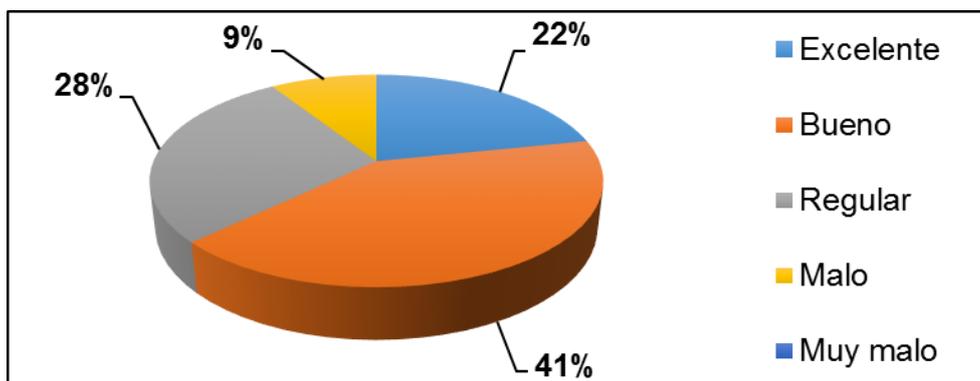
6. ¿Cómo califica usted el/los televisor/res que ha adquirido?

Tabla 12 Percepción de los televisores adquiridos

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	55	22%
Bueno	104	41%
Regular	71	28%
Malo	23	9%
Muy malo	0	0%
Total	253	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 11 Percepción de los televisores adquiridos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

En base a los televisores que ha adquirido el mercado Guayaquileño, fue imprescindible conocer la percepción de los mismos en relación a la experiencia que han tenido, en donde un 41% dijo ser bueno el producto, mientras que el 28% indicó ser regular, el 22% excelente y el 9%, malo. Los resultados reflejan que la mayor parte de los encuestados se encuentran conformes con los televisores adquiridos, reflejando buena satisfacción en la calidad de aquellos productos, siendo nada perceptible el ensamblaje nacional de las marcas extranjeras por parte de los objetos de estudio.

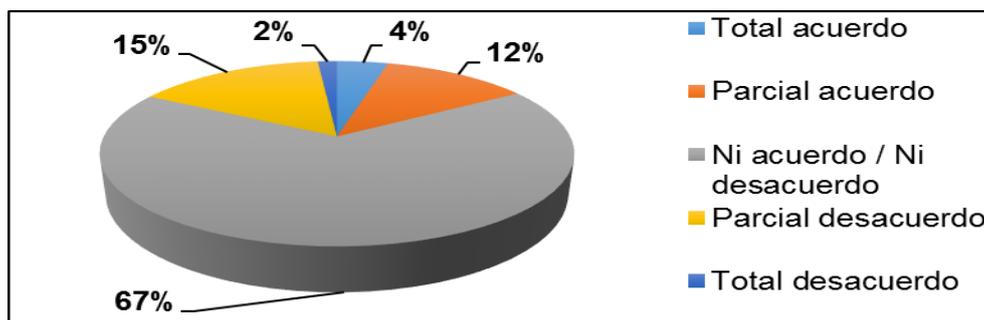
7. ¿Cree usted que el valor en el que se comercializan los televisores actualmente es el adecuado?

Tabla 13 Percepción de los precios en que se comercializan los televisores

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Total acuerdo	16	4%
Parcial acuerdo	46	12%
Imparcial	257	67%
Parcial desacuerdo	59	15%
Total desconocimiento	6	2%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 12 Percepción de los precios en que se comercializan los televisores

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Para la presente investigación se tuvo la necesidad de conocer la percepción de los encuestados con respecto a los costos en los que se comercializa actualmente los nuevos televisores, es así como se logra conocer que el 67% mantiene una posición imparcial, es decir, no está acuerdo, pero tampoco desacuerdo, el 15% indicó estar en parcial desacuerdo, el 12% señaló estar parcial acuerdo, el 4% reflejó su total acuerdo y el 2%, total desconocimiento. Para concluir, muchos de los actuales consumidores de televisores mantienen una ligera desconformidad ante el precio estipulado por la casa comercial o local donde adquirió el producto, esto se debe a que de una u otra manera las salvaguardias influyeron en que son ofertados estos productos.

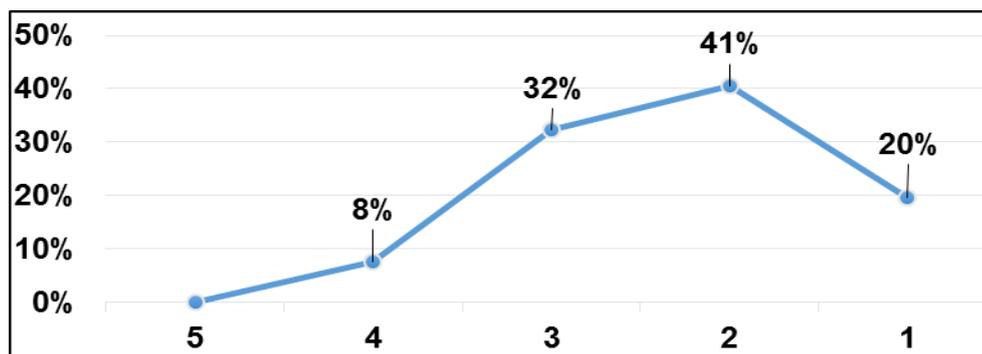
8. Siendo 1 el menor y 5 el mayor ¿Cuánto conocimiento tiene usted acerca del ensamblaje nacional de televisores de marcas extranjeras?

Tabla 14 Conocimiento del ensamblaje nacional de televisores de marcas extranjeras

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
5	0	0%
4	29	8%
3	124	32%
2	156	41%
1	75	20%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 13 Conocimiento del ensamblaje nacional de televisores de marcas extranjeras

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Los habitantes de la ciudad de Guayaquil que han adquirido un televisor nuevo calificaron en una escala del 1 al 5 en relación al conocimiento que poseen sobre el ensamblaje nacional de televisores de marcas extranjeras. El 41% afirmó tener conocimiento en una escala de 2, es decir, muy poco conocimiento; el 32% mantuvo tener conocimiento en una escala de 3, es decir, en un nivel medio; por último, el 20% expresó no tener nada de conocimiento señalando el nivel 1 de la escala, sostuvo un conocimiento alto. Esto refleja el gran desconocimiento que tienen los encuestados en relación a marcas muy reconocidas y demandas en el mercado sobre el ensamblaje de sus televisores dentro del país.

9. ¿Considera usted que los televisores ensamblados nacionalmente de marcas extranjeras poseen las mismas características en calidad y función que los ensamblados en el extranjero?

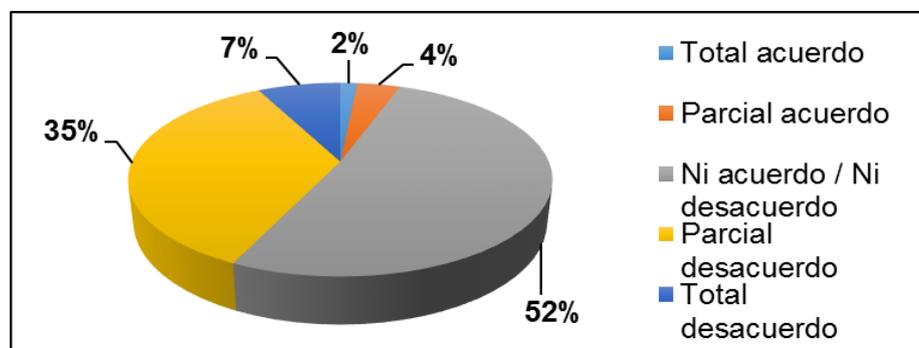
Tabla 15 Televisores ensamblados nacionalmente con características en calidad y función que los extranjeros

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Total acuerdo	6	2%
Parcial acuerdo	15	4%
Imparcial	198	52%
Parcial desacuerdo	136	35%
Total desconocimiento	29	8%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 14 Televisores ensamblados nacionalmente con características en calidad y función que los extranjeros



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Al preguntar a los encuestados si consideran que los televisores ensamblados en el país de marcas extranjeras poseen las mismas características en calidad y función que los del extranjero, se obtuvo que el 52% indicó tener una postura imparcial al estar imparcial, el 35% expresó estar parcial desacuerdo, mientras que un mínimo 7% dijo tener total desconocimiento. Llegando a la conclusión de que los consumidores no se inclinan por un producto ensamblado nacionalmente ya que consideran que no se asemeja en calidad ni funcionabilidad, por lo que se puede discernir, que en la mente del consumir influye en gran medida el poder adquisitivo del producto acorde al lugar donde son ensamblados.

10. ¿Cree usted que uno de los principales motivos por el que se comenzaron a ensamblar televisores de marcas extranjeras nacionalmente es por las salvaguardias impuestas por el gobierno?

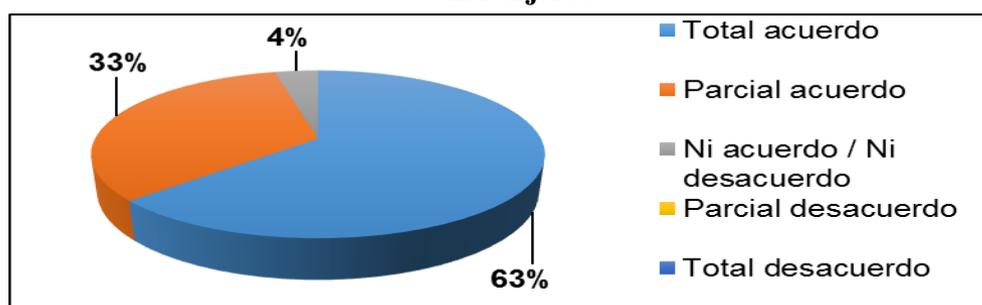
Tabla 16 Motivo por el que se ensamblan nacionalmente televisores de marcas extranjeras

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Total acuerdo	242	63%
Parcial acuerdo	127	33%
Imparcial	15	4%
Parcial desacuerdo	0	0%
Total desconocimiento	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 15 Motivo por el que se ensamblan nacionalmente televisores de marcas extranjeras



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Con el fin de contar con la percepción de los encuestados ante la interrogante, la cual relaciona el incremento de televisores de marcas extranjeras ensamblándose en el país siendo la principal causa las salvaguardias impuestas por el gobierno nacional, se obtuvo que el 63% estuvo en total acuerdo, mientras el 33% expresó estar en parcial acuerdo, y el 4% dijo estar imparcial. Estos resultados logran evidenciar que los objetos de estudio se encuentran totalmente convencidos que el ensamblaje nacional de las marcas extranjeras se dio principalmente por los altos valores arancelarios que se debe de cancelar por la importación de estos productos, puesto que consideran que el mercado no estaría dispuesto a pagar por televisores con valores muy excedidos en costos.

11. ¿Con el incremento de los aranceles en la importación de los televisores consideraría como opción de compra productos ensamblados nacionalmente de marcas extranjeras?

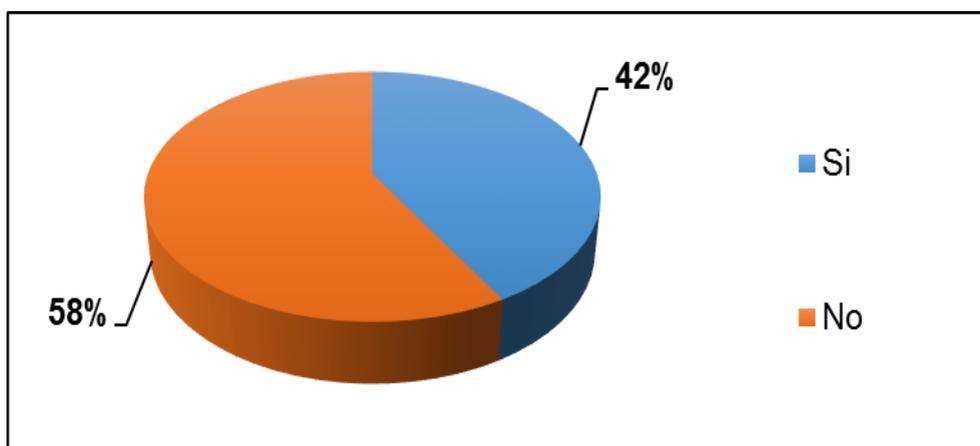
Tabla 17 Compra de televisores de marca extranjera ensamblados en el Ecuador.

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	161	42%
No	223	58%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 16 Compra de televisores de marca extranjera ensamblados en el país



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Autoras

Para concluir con la investigación, se preguntó a los habitantes de la ciudad de Guayaquil si tomarían como opción de compra televisores ensamblados en el país de marcas extranjeras, en donde se puede observar que el 58% respondió de forma negativa, frente a un 42% que dijo sí estar dispuesto a comprarlos. En base a los resultados, es preciso desarrollar estrategias comerciales para aquellas marcas de televisores que ensamblan aquellos productos localmente,

puesto que así se podría incentivar al mercado en adquirir aquellos productos relativamente iguales que los extranjeros, con la única diferencia, la asequibilidad de costos.

ENTREVISTAS

ENTREVISTA N°1

Funcionario Administrativo de la casa comercial COMANDATO (Confidencial)

- 1. ¿Cuál fue el impacto que generó las salvaguardias impuestas por el gobierno nacional en la venta de televisores de marcas internacionales ensamblados de forma local?**

No solo se vio afectado el televisor importado, es notorio que también los televisores de marcas internacionales ensamblados en el país se vieron perjudicados por las salvaguardias aplicadas, las ventas minimizaron y no solamente en nuestros almacenes, sino todas las industrias que se encuentran inmersas en este negocio.

- 2. ¿Cuál es la marca de televisores internacionales ensamblados nacionalmente que mayor demanda tenía en el mercado antes de ser impuestas las salvaguardias, y cuál es la que lidera en ventas en la actualidad?**

Innegablemente la marca es aquel factor que influye en la decisión de compra cuando esta se encuentra posicionada en la mente del consumidor, con esto puedo manifestar que antes de las salvaguardias la marca internacional que ensambla su línea de tv localmente y que aún genera mayores ventas en nuestros almacenes sigue siendo Sony representando aproximadamente un 63% de las ventas totales, seguido de LG Electronics y demás marcas.

- 3. Luego de las medidas impositivas, ¿qué dimensión de televisores fue la que menores ventas representaron para el negocio?**

En un comienzo el ambiente de ventas variaba en lo absoluto, los consumidores adquirirían televisores de mayor escala, como son los de 46, 55 hasta 65 pulgadas, en donde las ventas se vieron perjudicadas en televisores pequeños, en otros tiempos, la dimensión de televisores que se vio afectada eran los más grandes, en conclusión, por los costos elevados y la poca posibilidad de adquirir televisores muy costosos, los productos con dimensiones grandes son los que se vendían en menores cantidades.

4. ¿Qué tipo de estrategia o medida comercial aplicó el negocio para minimizar el impacto que ocasionó las salvaguardias en la venta de los televisores de marcas internacionales ensamblados en el país?

Como es de conocer con un mercado muy cambiante y que cada vez exige más en tecnología a precios asequibles, se tuvo que incentivar al mercado a través de estrategias orientadas al marketing, ventas sin dejar atrás las promociones, se generaron fuertes cantidades en gastos publicitarios para atraer a clientes fijos y nuevos a nuestros locales y puedan tener el incentivo de adquirir un televisor a pesar de los valores en que se ofertaban nuestros productos, productos de los acelerados valores establecidas por las salvaguardias.

ENTREVISTA N°2

Funcionario Administrativo de la casa comercial ARTEFACTA. (Confidencial)

1. ¿Cuál fue el impacto que generó las salvaguardias impuestas por el gobierno nacional en la venta de televisores de marcas internacionales ensamblados de forma local?

A comienzos de las salvaguardias, se tuvo un ambiente muy preocupante, la demanda de clientes en nuestros almacenes empezó a disminuir, poco de los que acudían a nuestros locales a cotizar un televisor al ver los precios exorbitantes reflejaban descontentos que hacía que no tengan incentivo en adquirir los televisores ya sean ensamblados localmente o importados.

2. ¿Cuál es la marca de televisores internacionales ensamblados nacionalmente que mayor demanda tenía en el mercado antes de ser impuestas las salvaguardias, y cuál es la que lidera en ventas en la actualidad?

Antes de las salvaguardias, la marca Sony era la que mayor rentabilidad nos presentaba en ventas en cuanto a la línea de televisores, actualmente, la que lidera es LG, esto se debe principalmente a la diferencia de costos, aquella marca se ajustó más a la necesidad económica del país, lo que atrajo a muchos clientes en adquirir sus productos.

Varias personas que tenían como preferencia marcas Sony y Samsung, se inclinaron por LG, lo que refleja que el precio en que se los oferta es un factor clave que motiva o desmotiva en adquirir un televisor, actualmente esta marca genera un margen de contribución del 48%.

3. Luego de las medidas impositivas, ¿qué dimensión de televisores fue la que menores ventas representaron para el negocio?

Los televisores de mayor escala en cuanto a tecnología y dimensión fueron los que bajaron en ventas, nuestros clientes no acostumbraban ver productos tan excesivos en precios, en donde meses que representaban gran demanda de compra en esta clase de televisores, pasaron a ser los peores, que en mucho de los casos solo se llegaba a vender hasta un 20% en la línea de televisores, lo cual se encontraba representado por tv pequeños y simples en tecnología.

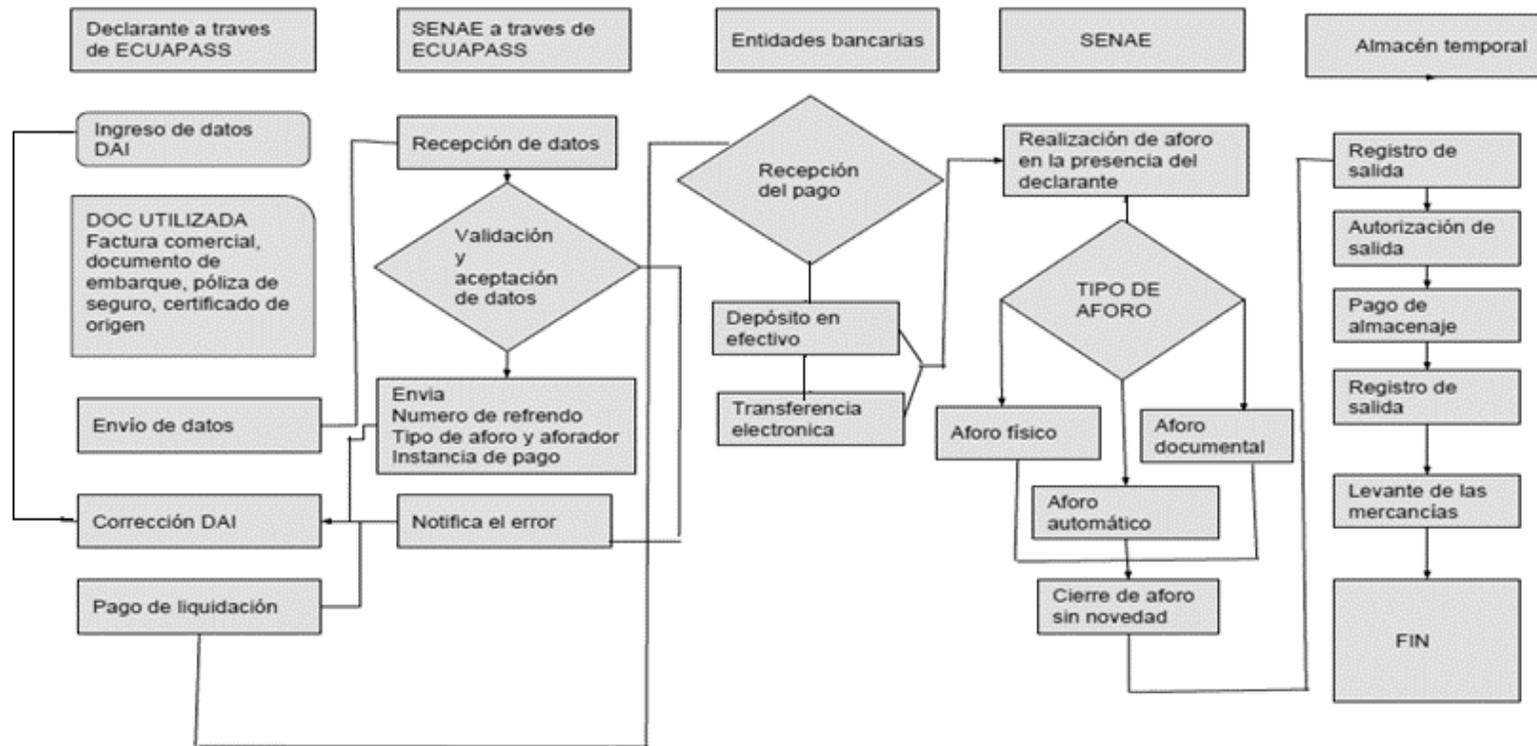
4. ¿Qué tipo de estrategia o medida comercial aplicó el negocio para minimizar el impacto que ocasionó las salvaguardias en la venta de los televisores de marcas internacionales ensamblados en el país?

La estrategia más factible que se consideró pueda dar resultados para poder minimizar el impacto de las salvaguardias, fue la de crear algún tipo de alianzas directamente con las marcas de televisores internacionales que ensamblan sus productos en el país que nos proveen sus productos, principalmente negociando los costos, para poder exponer al mercado televisores con precios razonables y asequibles a todo bolsillo.

Y, además, para incentivar más al mercado, ARTEFACTA tuvo que aplicar estrategias de marketing que ayudó a equilibrar las ventas de estos productos, por ejemplo, una de estas estrategias consistía en que el cliente que haya adquirido crédito por la compra de un televisor y no se atrasaba en las fechas de cancelación, se les exoneraba el pago de X número de cuotas.

3.7. Proceso de importación

Figura 3 Proceso de importación



Elaborado por: Las Autoras

1) Declarante a través del ECUAPASS

El proceso de importación expuesto por la SENA, es el mostrado en el diagrama. El primer paso de este proceso, es la declaración de la importación a ECUAPASS, también se deben ingresar los datos del DAI con los documentos actualizados, esperar un tiempo prudente la corrección y luego realizar el pago de la liquidación correspondiente. En el supuesto caso de que se encuentre un error en la documentación se le notificará al interesado.

La Declaración Aduanera de Importación (DAI) se encuentra determinada por un formulario en donde se registra datos generales de la mercadería que se encuentra importando, en donde se debe llenar tres pestañas que contiene la siguiente información:

Pestaña Común

- Acudir hasta el sitio web de la aduana del Ecuador y colocar usuario/clave.

Figura 4 Portal de Ecuapass



Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior , 2014)

En el portal web existen diversas opciones para el desarrollo de trámites de comercio exterior.

- Seleccionar la opción trámites operativos y luego donde dice documentos electrónicos.

Figura 5 Trámites operativos



Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior , 2014)

La opción de trámites operativos muestra una serie de opciones, entre las que se encuentra la elaboración del documento de declaración de importación.

- Llenar la declaración de importación

Figura 6 Declaración de Aduana de Importación

Información de general	A01 Código del declarante	Ingresar código del declarante. Consta de 8 dígitos.	
	A03 Aduana:	Identificamos con que aduana se va trabajar	
	A04 Código de régimen	Seleccionar el régimen al que se acoge.	
	A05 Tipo de despacho	Elegir el tipo de despacho	
	A07 Tipo de pago	Seleccionar el tipo de pago	
	Información de importador	B01 Nombre:	Nombre del importador
		B02 Tipo de Documento:	Elegir el tipo de documento de importador.
B04 Ciudad:		Ingresar la ciudad del importador.	
B05 Dirección:		Dirección del importador	
B06 Teléfono:		Ingresar el teléfono del importador	
B07 CIU:		Seleccionar la actividad comercial.	
Información del declarante		B08 Tipo de Documento:	Seleccionar el documento de Declarante.
	B10 Código de declarante:	Código asignado a cada declarante la aduana	
	B11 Apellidos y Nombres:	Nombres y apellidos del declarante	
	B12 Dirección	Dirección del declarante	

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior , 2014)

En la declaración de importación se tiene que ingresar información general de la gestión de importación, del declarante y del importador de manera detallada para el trámite.

Pestaña Valor

- Información general de la factura

Figura 7 Información general de la factura



General - información de factura						
N01. No.	N02. Numero de factura	N03. Fecha de factura	N13. Valor en factura	N14. Precio real pagado O por pagar	N15. Moneda	N16
1	001-001-000002418	11/04/2013	\$ 0	\$ 88,302	DOLAR ESTADOUNIDENSE	

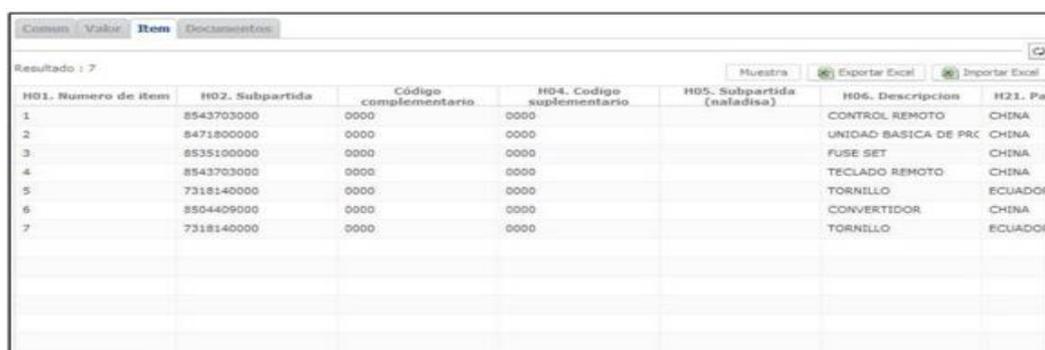
Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior , 2014)

En esta opción se ingresa los datos del proveedor, la transacción, intermediarios entre otros, con la finalidad de dejar evidencia de la gestión de importación.

Pestaña de Ítems

- Información de la mercadería

Figura 8 Información de la mercadería



H01. Numero de Item	H02. Subpartida	Código complementario	H04. Código suplementario	H05. Subpartida (naldisa)	H06. Descripción	H21. País
1	8543703000	0000	0000		CONTROL REMOTO	CHINA
2	8471800000	0000	0000		UNIDAD BASICA DE PRC	CHINA
3	8535100000	0000	0000		FUSE SET	CHINA
4	8543703000	0000	0000		TECLADO REMOTO	CHINA
5	7318140000	0000	0000		TORNILLO	ECUADOR
6	8504409000	0000	0000		CONVERTIDOR	CHINA
7	7318140000	0000	0000		TORNILLO	ECUADOR

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior , 2014)

Se debe de ingresar información de la mercadería tales como: unidades, numeración, código de exoneración y todo tipo de información relevante para el despacho del producto.

Pestaña de Documentos

- Información adicional de los documentos comerciales

Figura 9 Información adicional para los documentos comerciales

G01. No.	G02. Numero de documento	G03. Tipo de documento	G04. Entidad emisora	G05. Fecha de emision	G06. Fecha de fi
1	001-001-000002418	FACTURA COMERCIAL	GLOBAL TELEMATIC SOLUTI	11/04/2013	11/04/2014
2	64	POLIZA SEGURO	ACE SEGUROS S.A.	11/04/2013	11/04/2014
3	066-2013	OTROS	METROZONA	11/04/2013	11/04/2014
4	001-001-000015094	OTROS	ROAD TRACK ECUADOR, CI	11/04/2013	11/04/2014
5	S/N	OTROS	GLOBAL TELEMATIC SOLUTI	11/04/2013	11/04/2014

* G02. Numero de documento:
 * G03. Tipo de documento: --Selección--
 * G04. Entidad emisora:
 * G05. Fecha de emision: 15/04/2013
 * G06. Fecha de fin: 15/04/2013
 * G07. Cantidad: 0.000

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior , 2014)

Como última opción se encuentra la información adicional para la documentación comercial como lo es el certificado de transportación y de origen de la mercadería.

2) SENA E a través de ECUAPASS

Después de haber enviados los formatos ya revisados, la entidad realiza la validación y aceptación de los datos, para luego enviar el número de referendo, el tipo de aforo y el aforador instancia de pago.

3) Entidad Bancaria

En lo que corresponde a las entidades bancarias, estas son las responsables de la recepción del pago de la liquidación, que puede realizarse en efectivo o por medio de transferencia electrónica.

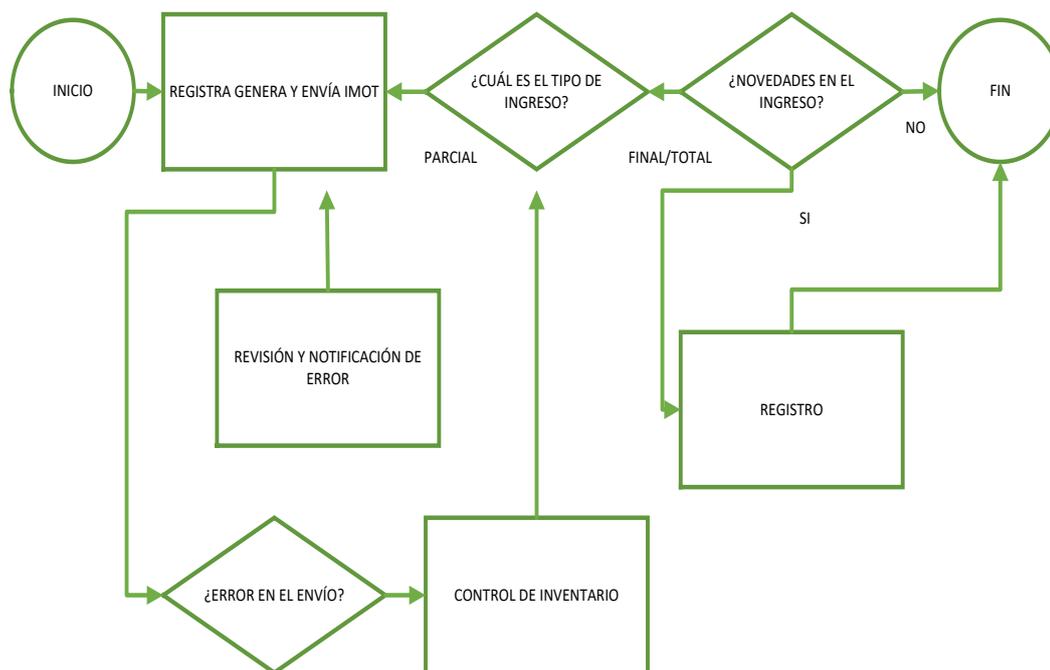
4) SENA

Ya realizado el pago, es necesario que se realice el aforo en la presencia del declarante, el cual debe escoger el tipo, que puede ser físico, documental, o automático, para después poder cerrar el aforo sin ninguna novedad.

5) Almacén Temporal

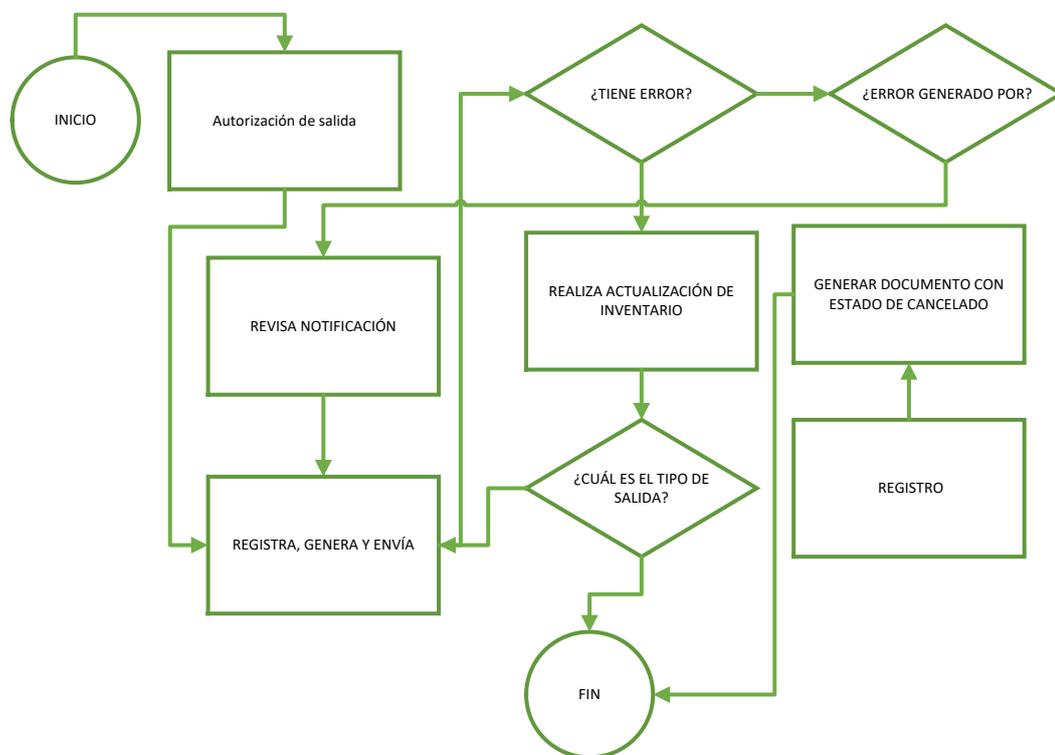
Una vez cerrado el aforo, se procede a mantener la mercancía en el almacén temporal y tramitar el registro de salida, obtener la autorización, pagar el almacenaje, registrar la salida nuevamente y levantar las mercancías hacia el destino especificado.

Figura 10 Ingreso de mercancías al almacén temporal



Elaborado por: Las Autoras

Figura 11 Salida de mercancías al almacén temporal



Elaborado por: Las Autoras

Se presentan el flujograma de procesos que normalmente se lleva a cabo en los almacenes donde permanece la mercadería de forma temporal hasta que importador cumpla con los requisitos legales para obtener la mercadería.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

El presente trabajo investigativo, permitió establecer las siguientes conclusiones:

- El proceso de importación expuesto por la aduana puede ser extenso, debido a que se requiere una serie de verificaciones, pagos y permisos del interesado desde el país proveniente de los artículos. Todos estos elementos deben estar completamente registrados y regulados para que puedan ingresar al país sin ningún error, y puedan ser entregados al destinatario.
- La importación de partes y piezas (CKD), para el ensamblaje de televisores de marcas extranjeras en el país, comenzó desde el 2008. Por lo tanto, no es una nueva estrategia comercial por parte de las empresas que han optado por armar los televisores localmente, puesto que, en el últimos años la participación del mercado local ha tomado fuerza en lo que respecta a mano de obra nacional capacitada en el exterior; así como también, el poder contar con un porcentaje representativo de materia prima nacional.
- Las salvaguardias indudablemente no han aportado beneficios a los comerciantes del ensamble de marcas de televisores internacionales, pues se han visto afectados en la reducción de las ventas, ya que los televisores han tenido una subida de precio notable por el incremento del valor en la importación de las piezas al país.

Esto, ha generado que muchas personas opten por adquirir otras marcas con precios más accesibles, dejando a un lado las extranjeras. Para poder contrarrestar estos efectos negativos e influenciar a los compradores a

adquirir estos televisores que tantos ingresos les dan a las empresas, éstas han tenido que dedicar sus esfuerzos al marketing y a la publicidad con el fin de atraer el interés de los clientes potenciales por comprar los televisores de marcas internacionales.

- La mayoría de las personas dentro de la investigación de mercado, expusieron que la compra de televisores la hicieron hace más de 4 años, periodo en el cual, la marca Sony, empezó a ensamblar sus televisores en el país y los ofrecían a precios accesibles, factor que es determinante al momento de una decisión de compra.
- La mayoría de los encuestados catalogan a los televisores ensamblados en el país como bueno y excelente, pues no muestran ningún problema y los compradores se encuentran satisfechos. Aunque, muchos de ellos también explican como el valor incrementado en el precio de los televisores actualmente no es el adecuado, por lo que optan por no comprar de forma frecuente.
- Las salvaguardias han reducido en cierta parte la cantidad de salida de dólares, pero también han disminuido el nivel de actividad en cuanto a las importaciones, lo que ha causado que algunas empresas tengan que culminar sus operaciones por la falta de materia prima para trabajar, esto ha provocado que las actividades comerciales disminuyan, aunque por otro lado se ha fortalecido la producción nacional.

4.2.RECOMENDACIONES

- Es importante que se tomen en cuenta todos los pasos del proceso de importación expuestos por la SENA E y se cumplan correctamente para evitar cualquier tipo de inconveniente en la entrada de los productos al país. El tiempo que conlleva este proceso debe ser tomado en cuenta pues si existe algún tipo de retraso, no permite que la actividad de ensamblaje se desarrolle eficazmente.
- Es importante que las empresas sigan invirtiendo sus recursos y sus esfuerzos en estrategias comerciales, de marketing y de publicidad para que puedan captar el interés de los clientes potenciales y generen una compra. Esto, se debe hacer de manera persuasiva, mostrando los atributos del producto e incentivando a comprarlos a pesar de sus precios altos.
- Es preciso seguir ensamblando los televisores como se lo ha hecho hasta ahora, pues los compradores no tienen ninguna queja del producto. Esto, puede servir como estrategia para mostrar que el producto hecho en el país es de calidad y que el valor propuesto es el adecuado, con miras a poder exportarlo.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, F. (2011). *Incoterms, Términos de Compra- Venta Internacional*. Chile: ISEF.
- Arese, H. (2012). *Comercio y marketing internacional*. México: Norma.
- AuidoElec. (7 de Marzo de 2016). *AuidoElec*. Obtenido de AuidoElec:
<http://www.audioelec.net/>
- Ávila, A., & Castillo, J. (2013). *Regulación del comercio internacional tras la Ronda Uruguay*. Costa Rica: Tecnos.
- Ávila, H. (2012). *Introducción a la metodología de la investigación*. Chihuahua: Eumed.
- Banco Central del Ecuador . (26 de Enero de 2016). Obtenido de
<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201602.pdf>
- Brogini, G. (2013). *Medidas de salvaguarda e uniões aduaneiras*. . Portugal: Maestro.
- Buisan, A. (2013). *FUNCIONES DE IMPORTACION Y EXPORTACION* . España: OLA.
- COMEX . (11 de Enero de 2015). www.aduana.gob.ec. Obtenido de
http://www.aduana.gob.ec/archivos/comex/RESOLUCION_NO017.pdf
- Diario "El Comercio" . (14 de Octubre de 2014). Las salvaguardias. *Las salvaguardias*, pág. 2.
- Diario "El Comercio" . (4 de Diciembre de 2015). Ensamblaje de televisores en Ecuador. *El 80% de las TVs de Sony son 'made in Ecuador'*, pág. 1.
- Diario "El Comercio". (9 de Marzo de 2015). Salvaguardias en electrodomésticos. *Los comerciantes prevén un alza de precios de electrodomésticos*, pág. 2.
- Diario"El Comercio". (19 de Noviembre de 2015). Ensamblaje de televisores en Ecuador. *LG comenzó a producir televisores en Ecuador*, pág. 1.
- Díaz, V. (2012). *Manual de trabajo de campo en la encuesta*. Madrid: EFCA S.A.
- EL MERCURIO. (s.f.). <https://www.elmercurio.com.ec/481956-industria-cuencana-ensambla-televisores-con-nueva-tecnologia/#.V-cN-vB94dU>
<https://www.elmercurio.com.ec/481956-industria-cuencana-ensambla-televisores-con-nueva-tecnologia/#.V-cN-vB94dU>. Obtenido de EL MERCURIO:
<https://www.elmercurio.com.ec/481956-industria-cuencana-ensambla-televisores-con-nueva-tecnologia/#.V-cN-vB94dU>
- El Comercio . (03 de marzo de 2015). <http://www.elcomercio.com/>. Obtenido de
<http://www.elcomercio.com/video/venta-electrodomesticos-salvaguardias-aranceles-importaciones.html>

- El Comercio. (18 de julio de 2015). <http://www.elcomercio.com/>. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/salvaguardias-aplican-ecuador-importaciones-comex.html>
- El Financiero. (2012). TV ensamblados en Ecuador se venderán localmente, y también se exportarán a Venezuela. *El financiero digital*, 10.
- El Universo. (2 de Diciembre de 2015). Ensamblaje de televisión. *La Tv ensamblada en el país es más competitiva*, pág. 1.
- El Universo. (7 de Marzo de 2015). Salvaguardias en el Ecuador. *Actualidad*, pág. 12.
- Escosura, L. (2014). *Comercio exterior y crecimiento económico*. Madrid: ESIC.
- Espinoza, L. (15 de Septiembre de 2012). *ECON 101*. Obtenido de ECON 101: <http://econ101.usfq.edu.ec/2015/03/salvaguardas-la-prosperidad.html>
- Galeano, M. (2013). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: EAFIT.
- García, G. (2012). *Investigación comercial*. Madrid: ESIC.
- GATT. (2014). *ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES ADUANEROS Y COMERCIO*. Brasil: Emende.
- González, A. (2011). *El proceso de negociación de un tratado de libre comercio*. Madrid: Intal.
- Harrington, J. (2014). *Comercio entrepot de Panamá*. Panamá: Universidad de Panamá.
- Heinemann, K. (2012). *Introducción a la metodología de la investigación empírica*. Barcelona: Paidotribo.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Guayaquil por edades*. Guayaquil: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Irizar, M. (2012). *La regulación del comercio internacional de servicios: liberalización en el marco del GATS*. España: ICE.
- J, T. (2012). *Economía internacional e integración económica*. Madrid: Aquiles.
- Katz, J. (2013). *Importación de tecnología, aprendizaje e industrialización dependiente*. Caracas: EDINOTE.
- Mesa, A. (2013). *La globalización y la internacionalización de la empresa: ¿es necesario un nuevo paradigma?*. Perú: Estudios gerenciales.
- Millet, M. (2012). *La Regulación del comercio internacional: del GATT a la OMC*. Oaxaca: "la Caixa".

- Ministerio de Comercio Exterior . (2014). Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/declaracion-aduanera-de-importacion-paso-a-paso>
- Mintzberg, H. (2012). *El proceso estratégico* . México : Pearson Educación .
- Nouel, E. (2013). *Nuevos temas de derecho internacional: ensayos sobre los nuevos principios y conceptos que rigen las relaciones internacionales*. Chile: El Nacional.
- Ossa, A. D. (2013). *Exportaciones no tradicionales en Centroamérica* . México, DF: Norma.
- Pro Ecuador . (04 de Julio de 2015). www.proecuador.gob.ec. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/08/Evaluacion-de-Comercio-Exterior-Ene-May8.pdf>
- Rodríguez, P. (2013). *Las salvaguardias en la Organización Mundial del Comercio*. Perú: Tirant lo Blanch.
- Rojas, P. L. (2013). *Determinantes del crecimiento y estimación del producto potencial: el rol del comercio*. . Chile: Panamericana.
- Rojas, R. (2014). *Guía para realizar investigaciones sociales*. Ciudad de México: Plaza y Valdes.
- Ross, S. (2014). *Introducción a la estadística*. Barcelona: Reverte.
- SENAE. (2012). *Instructivo para el uso de sistemas declaración de importación*. Obtenido de <http://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2012/SENAE-ISEO-065-V2.pdf>
- Svarzman, G. (2012). *El proceso de integración en perspectiva*. Barcelona: ESIC.
- Tenbrink, T. (2013). *Evaluación: Guía práctica para profesores*. Madrid: Narcea S.A.
- Vargas, A. (2012). *Estadística descriptiva e inferencial*. Murcia: COMPOBELL.
- Vera, M. (2012). *Los Incoterms 2010 paso a paso*. Cali: Limosa.
- Wright, B. (2012). *El Derecho de la Organización Mundial de Comercio Tratados, Jurisprudencia y Práctica*. California: Cameron May.

ANEXOS

**ENTREVISTA DIRIGIDA A REPRESENTANTES DE CASAS COMERCIALIES
DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**



FORMULARIO PARA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVO: Su ayuda es clave, se le garantiza que la información se mantendrá en forma confidencial y solo se la utilizará para propósitos académicos.

OBJETIVO: Determinar el impacto de las salvaguardias en el ensamblaje de televisores de marcas extranjeras en el país.

INSTRUCCIONES: Por favor no deje espacios en blanco, y responda las preguntas expuestas en base a sus conocimientos, experiencias o puntos de vista. El cuestionario durará aproximadamente de 15 minutos.

- 1. ¿Cuál fue el impacto que generó las salvaguardias impuestas por el gobierno nacional en la venta de televisores de marcas internacionales ensamblados de forma local?**

2. ¿Cuál es la marca de televisores internacionales ensamblados nacionalmente que mayor demanda tenía en el mercado antes de ser impuestas las salvaguardias, y cuál es la que lidera en ventas en la actualidad?

3. Luego de las medidas impositivas, ¿qué dimensión de televisores fue la que menores ventas representaron para el negocio?

4. ¿Qué tipo de estrategia o medida comercial aplicó el negocio para minimizar el impacto que ocasionó las salvaguardias en la venta de los televisores de marcas internacionales ensamblados en el país?

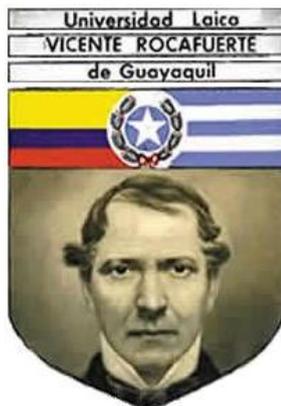
Fecha en que completa el presente Formulario: ___/___/___ día/mes/año

Muchas Gracias por su colaboración, ¡excelente día!

ENCUESTA DIRIGIDA A HABITANTES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN



FORMULARIO PARA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

COOPERACIÓN: Su ayuda es clave, se le garantiza que la información se mantendrá en forma confidencial y solo se la utilizará para propósitos académicos.

OBJETIVO: Determinar el impacto de las salvaguardias en el ensamblaje de televisores de marcas extranjeras en el país.

INSTRUCCIONES: Por favor, llene este formulario tan preciso como sea posible. No deje espacios en blanco y siga las instrucciones para cada pregunta. El cuestionario durará alrededor de 15 minutos.

1. ¿Cuándo fue la última vez que adquirió un televisor nuevo? (En caso de no haber adquirido uno, pase a la pregunta 5)

- No ha comprado
- Menos de 1 año
- 1 – 3 años
- 4 – 6 años
- 7 años o más

2. ¿Qué marca de televisor es la que usted ha adquirido?

- Sony
- Prima
- Tekno
- LG Electronics
- Riviera

<input type="checkbox"/> Samsung <input type="checkbox"/> Panasonic <input type="checkbox"/> Otros Especifique: _____
<p>3. Al momento de haber adquirido el televisor ¿Cuál fue el aspecto más importante que influyó en su decisión de compra?</p> <input type="checkbox"/> Precio <input type="checkbox"/> Marca <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Otros
<p>4. ¿Cómo califica usted el/los televisor/res que ha adquirido?</p> <input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Muy malo
<p>5. ¿Cree usted que el valor en el que se comercializan los televisores actualmente es el adecuado?</p> <input type="checkbox"/> Total acuerdo <input type="checkbox"/> Parcial acuerdo <input type="checkbox"/> Ni acuerdo / Ni desacuerdo <input type="checkbox"/> Parcial desacuerdo <input type="checkbox"/> Total desacuerdo
<p>6. Siendo 1 el menor y 5 el mayor ¿Cuánto conocimiento tiene usted acerca del ensamblaje nacional de televisores de marcas extranjeras?</p> <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 1
<p>7. ¿Considera usted que los televisores ensamblados nacionalmente poseen las mismas características en calidad y función que los ensamblados en el extranjero?</p>

<input type="checkbox"/> Total acuerdo <input type="checkbox"/> Parcial acuerdo <input type="checkbox"/> Ni acuerdo / Ni desacuerdo <input type="checkbox"/> Parcial desacuerdo <input type="checkbox"/> Total desacuerdo
<p>8. ¿Cree usted que uno de los principales motivos por el que se comenzaron a ensamblar televisores de marcas extranjeras nacionalmente es por las salvaguardias impuestas por el gobierno?</p> <input type="checkbox"/> Total acuerdo <input type="checkbox"/> Parcial acuerdo <input type="checkbox"/> Ni acuerdo / Ni desacuerdo <input type="checkbox"/> Parcial desacuerdo <input type="checkbox"/> Total desacuerdo
<p>9. ¿Con el incremento de los aranceles en la importación de los televisores consideraría como opción de compra productos ensamblados nacionalmente de marcas extranjeras?</p> <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

Fecha en que completa el presente Formulario: ____/____/____ día/mes/año

Muchas Gracias por su colaboración, ¡Tenga excelente día!