



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA**

**IMPORTACIÓN DE CERÁMICA PLANA DESDE BOLIVIA A  
ECUADOR Y SU INCIDENCIA EN LA OPTIMIZACIÓN DE COSTOS Y  
GASTOS**

**TUTOR**

**PhD. MÓNICA VILLAMAR MENDOZA**

**AUTORES**

**ANTHONY RAFAEL MELENDREZ VARA**

**BRYAN ALBERTO ROBALINO ESCOBAR**

**GUAYAQUIL**

**2021**

<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> IMPORTACIÓN DE CERÁMICA PLANA DESDE BOLIVIA A ECUADOR Y SU INCIDENCIA EN LA OPTIMIZACIÓN DE COSTOS Y GASTOS.	
<b>AUTOR/ES:</b> Anthony Rafael Melendrez Vara Bryan Alberto Robalino Escobar	<b>REVISORES O TUTORES:</b> Ph.D Mónica Villamar Mendoza
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	<b>Grado obtenido:</b> Ingeniero en Comercio Exterior
<b>FACULTAD:</b> Administración	<b>CARRERA:</b> Comercio Exterior
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2021	<b>N. DE PAGS:</b> 142
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Educación Comercial y Administración	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Balanza Comercial, Transporte Internacional, Optimización, Mercado, Comercio Internacional	
<b>RESUMEN:</b> La presente investigación identifica la oportunidad que representa para el sector importador constructor de acabados para la construcción llevar a cabo la importación de cerámica plana a través de los países miembros de la CAN Comunidad Andina de Naciones y con ello lograr optimizar los costos y gastos, coadyuvando al desarrollo sostenible del sector con productos de calidad, precios accesibles y diversificación de productos. De acuerdo al estudio exploratorio y explicativo que se realizó a la empresa CONSTRUDEC y sus clientes subdistribuidores y mayoristas, usando las técnicas de entrevista y encuesta, se identifica la apertura por parte de ellos de importar y adquirir los productos de cerámica plana desde otro país de origen diferente al de la República de China. Se puede confirmar que la experiencia de la empresa CONSTRUDEC y la confianza de sus clientes a la gestión de importación y comercialización de cerámica plana, garantizan el éxito en el proceso de cambio de proveedor. Aunque los costos del producto (cerámica plana) desde Bolivia es superior al de la República China, los costos por transporte y tributos al comercio exterior, así como los gastos de importación determinan una ventaja y ahorros de recursos. Por lo expuesto, se propone iniciar el proceso de negociación con Bolivia para la importación de cerámica plana acogiendo a los Acuerdos Comerciales como países miembros de la CAN Comunidad Andina de Naciones, logrando con ello incidir en la optimización de los costos y gastos, incrementando la rentabilidad de la empresa CONSTRUDEC y aumentando su presencia en el mercado constructor.	

<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTORES/ES:</b> Anthony Rafael Melendrez Vara Bryan Alberto Robalino Escobar	<b>Teléfono:</b> 0982229048 0999830231	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:amelendrezv@ulvr.edu.ec">amelendrezv@ulvr.edu.ec</a> <a href="mailto:brobalinoe@ulvr.edu.ec">brobalinoe@ulvr.edu.ec</a>
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	MAE. Oscar Machado Álvarez, DECANO <b>Teléfono:</b> 2596500 <b>Ext.</b> 201 (DECANATO) <b>E-mail:</b> <a href="mailto:omachadoa@ulvr.edu.ec">omachadoa@ulvr.edu.ec</a>  Ph.D Mónica Villamar Mendoza, DIRECTORA DE LA CARRERA <b>Teléfono:</b> 2596500 <b>Ext.</b> 264 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:mvilamarm@ulvr.edu.ec">mvilamarm@ulvr.edu.ec</a>	

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

## IMPORTACIÓN DE CERÁMICA PLANA DESDE BOLIVIA A ECUADOR Y SU INCIDENCIA EN LA OPTIMIZACIÓN DE COSTOS Y GASTOS

### INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1

[www.ccq.org.ec](http://www.ccq.org.ec)

Fuente de Internet

1%

2

Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Trabajo del estudiante

1%

3

[dspace.uazuay.edu.ec](http://dspace.uazuay.edu.ec)

Fuente de Internet

1%

4

[documentop.com](http://documentop.com)

Fuente de Internet

1%

5

Submitted to Universidad TecMilenio

Trabajo del estudiante

1%

6

Submitted to Universidad de Lima

Trabajo del estudiante

1%

7

Submitted to Universidad del Rosario

Trabajo del estudiante

1%

8

[dspace.ucuenca.edu.ec](http://dspace.ucuenca.edu.ec)

Fuente de Internet

1%

9

[www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec)

Fuente de Internet

1%

Firma:

VILLAMAR MENDOZA MÓNICA MARGOT

C.C. 0916123029

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

El(Los) estudiante(s) egresado(s) ANTHONY RAFAEL MELENDREZ VARA y BRYAN ALBERTO ROBALINO ESCOBAR, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, IMPORTACIÓN DE CERÁMICA PLANA DESDE BOLIVIA A ECUADOR Y SU INCIDENCIA EN LA OPTIMIZACIÓN DE COSTOS Y GASTOS, corresponde totalmente a los suscritos 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 los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

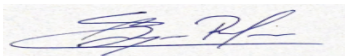
Autores



Firma:

ANTHONY RAFAEL MELENDREZ VARA

C.I 1207732411



Firma:

BRYAN ALBERTO ROBALINO ESCOBAR

C.I 0951084011

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **Importación de cerámica plana desde Bolivia a Ecuador y su incidencia en la optimización de costos y gastos**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Importación de cerámica plana desde Bolivia a Ecuador y su incidencia en la optimización de costos y gastos**, presentado por los estudiantes **ANTHONY RAFAEL MELENDREZ VARA** y **BRYAN ALBERTO ROBALINO ESCOBAR** como requisito previo, para optar al Título de INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

VILLAMAR MENDOZA MÓNICA MARGOT

C.C. 0916123029

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a DIOS, porque gracias a su infinito amor, y voluntad el llegar hasta aquí y lograrlo no sería posible.

A mis padres quienes son mi sustento, mi apoyo incondicional y mi mayor fuente de inspiración.

A mi madre, el ser más noble y bondadoso, quién me ha enseñado que todo en esta vida se consigue a base de esfuerzo y perseverancia, gracias por cada palabra de aliento y por nunca dejar de creer en mí.

A mi padre, gracias por los sabios consejos en el momento exacto, por ayudarme en la toma de decisiones las que ayudan a balancear mi vida, por sus grandes ejemplos de humildad y sacrificio, por sus enseñanzas de darle el valor a cada una de las cosas que tengo, por darle sentido a mi vida, por fomentar en mí el deseo de superación y de triunfo en la vida.

A mi tutora de tesis, PHD. Mónica Villamar Mendoza por su colaboración, ayuda, apoyo y guía en este trabajo. A todos los maestros quienes formaron parte de esa gama de enseñanzas-aprendizajes y de manera muy especial a la Mce. Betty Aguilar, Felipe Castillo, Herman Sozoranga, Ángela Andrade Y Marlene Merizalde que a lo largo de mi trayectoria me guiaron y aportaron con sus conocimientos a mi formación profesional.

A mi mejor amiga, Evelyn Ramos Espín una de las personas más importantes en mi vida, gracias por cada momento compartido, por cada consejo, por toda la ayuda brindada de manera incondicional y por todo ese gran cariño que siempre me brindaste.

A mis grandes amigos que conocí a lo largo de estos cinco años, con quienes sin duda alguna compartí grandes momentos que llevo en mi corazón, gracias por todo este tiempo compartido, gracias por hacer de mi etapa universitaria una época que no olvidaré nunca.

***Anthony Rafael Meléndrez Vara***

A Dios por dirigirme a lo largo de este trayecto por el sendero correcto, por escuchar mis oraciones y cuidar de mí.

Un agradecimiento especial al Lcdo. Jimmy Alberto Sudario por su invaluable ayuda y asesoramiento, la cual ha sido de gran importancia para la realización de este proyecto, por su amistad y consejos que aplicare en mi vida profesional.

A mis profesores por el conocimiento que me brindaron día a día en el transcurso de cada semestre de mi carrera universitaria

***Bryan Alberto Robalino Escobar***

## **DEDICATORIA**

Lleno de alegría, fe y amor, quiero dedicar este trabajo de investigación a DIOS por permitirme finalizar mis años de carrera universitaria y alcanzar esta nueva meta en mi vida.

A mis padres por todo el apoyo incondicional brindado y acompañarme en el recorrido de este arduo camino.

A mis sobrinos Dylan y Paulina, que este gran logro represente un estímulo en sus vidas y no desmayen jamás ante las adversidades, recuerden siempre que tienen mucho camino por recorrer.

***Anthony Rafael Melendrez Vara***

A Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, fortaleciendo mi corazón e iluminando mi mente.

A mi abuela Mery Judith Sánchez Correa, que desde el cielo me bendice y guía mis pasos para que logre mis objetivos, por sus consejos, por su ejemplo de fortaleza ante las adversidades que se presenten en el camino y sobre todo por su amor. Su recuerdo es la motivación constante para ser un hombre de bien.

A mis padres Juan Alberto Robalino y Magaly Escobar Sánchez con mucho amor y cariño les dedico todo mi esfuerzo y trabajo puesto para la culminación de este proyecto

***Bryan Alberto Robalino Escobar***



## RESUMEN

La presente investigación identifica la oportunidad que representa para el sector importador constructor de acabados para la construcción llevar a cabo la importación de cerámica plana a través de países integrantes o asociados a la CAN Comunidad Andina de Naciones y con ello lograr optimizar los costos y gastos, coadyuvando al desarrollo sostenible del sector con productos de calidad, precios accesibles y diversificación de productos. De acuerdo con el análisis exploratorio y explicativo realizado a la empresa CONSTRUDEC y sus clientes subdistribuidores y mayoristas, usando las técnicas de entrevista y encuesta, se identifica la apertura por parte de ellos de importar y adquirir los productos de cerámica plana desde otro país de origen diferente al de la República de China. Se puede confirmar que la experiencia de la empresa CONSTRUDEC y la confianza de sus clientes a la gestión de importación y comercialización de cerámica plana, garantizan el éxito en el proceso de cambio de proveedor. Aunque los costos del producto (cerámica plana) desde Bolivia es superior al de la República China; los rubros generados por Bolivia, costos por transporte, gravámenes a las operaciones de comercio exterior, gastos de importación determinan una ventaja y ahorros de recursos para la empresa CONSTRUDEC. Por lo expuesto, se propone iniciar el proceso de negociación con Bolivia para la importación de cerámica plana acogándose a los Acuerdos Comerciales entre países integrantes de la CAN Comunidad Andina de Naciones, logrando la optimización de los costos y gastos, impactando en los resultados de la empresa CONSTRUDEC, mejorando su presencia en el mercado constructor.

**PALABRAS CLAVE:** Balanza Comercial, Transporte Internacional, Optimización, Mercado, Comercio Internacional

## **ABSTRACT**

The present investigation identifies the opportunity that represents for the importing sector that builders construction finishes to import flat ceramics through member or associated countries of the CAN Andean Community of Nations and thereby achieve optimization of costs and expenses, contributing to the sustainable development of the sector with quality products, accessible prices and product diversification. According to the exploratory and explanatory analysis carried out on the CONSTRUDEEC company and its sub-distributors and wholesale clients, using interview and survey techniques, the openness by them to import and acquire flat ceramic products from another country of origin is identified. Different from the ROC. It can be confirmed that the experience of the CONSTRUDEEC company and the trust of its clients in the management of import and commercialization of flat ceramics, guarantee the success in the process of change of supplier. Although the costs of the product (flat ceramics) from Bolivia is higher than that of the Republic of China; the items generated by Bolivia, transportation costs, levies on foreign trade operations, import expenses determine an advantage and resource savings for the CONSTRUDEEC company. Therefore, it is proposed to start the negotiation process with Bolivia for the importation of flat ceramics, taking advantage of the Trade Agreements between member countries of the CAN Andean Community of Nations, achieving the optimization of costs and expenses, impacting the results of the CONSTRUDEEC company, improving its presence in the construction market.

**KEY WORDS:** Trade Balance, International Transport, Optimization, Market,  
International Trade

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del Problema.....	3
1.3. Formulación del Problema .....	5
1.4. Sistematización del Problema .....	5
1.5. Objetivo General.....	5
1.6. Objetivos Específicos.....	5
1.7. Justificación.....	6
1.8. Delimitación del Problema .....	7
1.9. Hipótesis o Idea a Defender .....	7
1.10. Línea de Investigación Institucional. ....	7
CAPÍTULO II .....	9
MARCO REFERENCIAL .....	9
2.1 Antecedentes .....	9
MARCO TEÓRICO.....	11
2.2 Teoría de la Diversificación de Mercado .....	11
2.3 Optimización de costos y gastos.....	13
2.4 Balanced Scorecard .....	17
2.5 Comercio de Bolivia.....	19
2.6 Relación Comercial entre Bolivia y Ecuador.....	24
2.7 Comercio Exterior .....	28
2.7.1 Balanza Comercial Bolivia - Ecuador.....	28

2.7.2	Balanza Comercial China - Ecuador .....	28
2.8	Acuerdos Comerciales .....	29
2.9	Negociación.....	35
2.9.1	Incoterms 2020.....	35
2.9.2	Incoterms con el que trabaja la empresa.....	36
2.9.3	Seguro de transporte.....	37
2.9.4	Forma de pago.....	38
2.10	Clasificación arancelaria.....	39
2.10.1	Definición .....	39
2.11	Partida arancelaria del producto .....	40
2.12	Logística.....	41
2.12.1	Logística internacional.....	42
2.12.2	Logística empresarial .....	42
2.12.3	Cadena logística.....	42
2.12.4	Transporte internacional desde la República de China.....	43
2.12.5	Transporte internacional desde Bolivia .....	43
2.13	Proceso de importación.....	44
2.13.1	¿Qué es una Importación? .....	44
2.13.2	Pasos previos a la importación.....	44
2.13.3	Registro de importador .....	45
2.13.4	Requisitos previos a la importación .....	46
2.13.4.1	Proceso de Desaduanización.....	46
2.13.4.2	Certificados de calidad.....	47
2.13.4.3	Aforos.....	48
2.13.4.4	Tributos para productos importados.....	48

2.14	Costos por importación.....	49
2.14.1	COSTOS Y GASTOS de importación desde China.....	50
2.14.2	COSTOS Y GASTOS de importación desde Bolivia.....	51
2.15	Marco Conceptual.....	52
2.16	Marco Legal.....	56
2.16.1	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.....	56
2.16.2	Instituto Ecuatoriano de Normalización – Reglamento Técnico Ecuatoriano.....	58
2.16.3	Código Orgánico Integral Penal.....	59
2.16.4	Plan Nacional Para El Buen Vivir.....	61
2.16.5	CAN Comunidad Andina de Naciones, Resolución 1684 de 2014.....	62
CAPÍTULO III.....		69
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		69
3.1	Metodología.....	69
3.2	Tipo de investigación.....	69
3.2.1	Investigación exploratoria.....	70
3.2.2	Investigación explicativa.....	70
3.3	Enfoque de la investigación.....	71
3.3.1	Enfoque cualitativo.....	71
3.3.2	Enfoque cuantitativo.....	71
3.3.3	Enfoque mixto.....	72
3.4	Técnica e instrumentos.....	72
3.4.1	Entrevista.....	72
3.4.2	Encuesta.....	73
3.5	Población y muestra.....	74
3.6	Análisis de resultados a las entrevistas y encuesta.....	75

3.6.1	Estudio de la entrevista al Gerente – Propietario de la empresa CONSTRUDEC.....	75
3.6.2	Análisis de resultados de la entrevista al Agente Afianzado de Aduanas de la empresa CONSTRUDEC .....	79
3.6.3	Análisis de la encuesta a clientes mayoristas y subdistribuidores de la empresa CONSTRUDEC.....	87
	INFORME FINAL .....	98
4.1.1	Producción nacional de cerámica plana en el Ecuador y su incidencia en el mercado.....	98
4.1.2	Identificar las oportunidades y beneficios entre Ecuador - Bolivia como socios comerciales de la Comunidad Andina de Naciones.....	101
4.1.3	Comparar los costos y gastos implícitos en el proceso de importación entre las Repúblicas de China y Bolivia. ....	101
	CONCLUSIONES.....	108
	RECOMENDACIONES .....	110
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	111
	ANEXOS .....	117

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Delimitación o alcance de la investigación .....	7
Tabla 2 Relación Comercial Ecuador Bolivia 2013 – 2017 (En Millones de US\$).....	28
Tabla 3 Relación entre exportaciones e importaciones no petroleras, Ecuador China, en millones de dólares FOB .....	29
Tabla 4 Acuerdos comerciales de Ecuador.....	30
Tabla 5 Partida arancelaria de la cerámica plana .....	40
Tabla 6 Transporte internacional desde China a Ecuador .....	43
Tabla 7 Transporte internacional desde Bolivia a Ecuador .....	43
Tabla 8 Costos y Gastos de importación desde China.....	50
Tabla 9 Liquidación Costos de la mercancía.....	50
Tabla 10 Liquidación Tributos Comercio Exterior .....	50
Tabla 11 Liquidación Gastos Importación China.....	51
Tabla 12 Costos y Gastos de importación desde Bolivia .....	51
Tabla 13 Liquidación Costos de la mercancía.....	51
Tabla 14 Liquidación Tributos Comercio Exterior .....	52
Tabla 15 Liquidación Gastos Importación Bolivia .....	52
Tabla 16 Población y muestra .....	74
Tabla 17 Tipo de cliente .....	87
Tabla 18 Tiempo de ser cliente en CONSTRUDEC .....	88
Tabla 19 Frecuencia de compra de productos .....	89
Tabla 20 Nivel de satisfacción del cliente sobre la calidad y precio de los productos...	90
Tabla 21 CONSTRUDEC comercializa productos diversos e innovadores .....	91
Tabla 22 Reclamos y devoluciones por productos adquiridos .....	92
Tabla 23 Clientes: Procedencia de productos importado .....	93

Tabla 24 Ampliar gama de productos en cerámica plana.....	94
Tabla 25 Optimizar precios de la cerámica .....	95
Tabla 26 Disposición de adquirir productos desde Bolivia.....	96
Tabla 27 Empresas Industriales de cerámica y porcelanato en Ecuador .....	99
Tabla 28 Marcas de cerámicas se comercializan en el Ecuador.....	102
Tabla 29 Costo de importación de cerámica en el Ecuador (medidas 40 x 40). .....	102
Tabla 30 Costos promedios de cerámica importada de Colombia, Bolivia y Perú. ....	103
Tabla 31 Análisis comparativo de costos y gastos de importación entre China y Bolivia .....	104
Tabla 32 Determinación de Utilidad y Precio de Venta.....	107



## ÍNDICE DE FIGURAS

Imagen 1 Exportaciones por principales socios comerciales .....	21
Imagen 2 Principales Productos Exportados hacia la Comunidad Andina, 2017 .....	22
Imagen 3 Bolivia: Exportaciones Exclusivas .....	23
Imagen 4 Bolivia: Balanza Comercial con Ecuador.....	24
Imagen 5 Bolivia: Exportaciones a Ecuador según Principales Productos .....	26
Imagen 6 Bolivia: Importaciones desde Ecuador según Principales Productos.....	27
Imagen 7 FOB Free On Board.....	36
Imagen 8 Pasos previos de importación .....	45
Imagen 9 Gráfico Tipo de cliente .....	87
Imagen 10 Gráfico Tiempo de ser cliente en CONSTRUDEC .....	88
Imagen 11 Gráfico Frecuencia de compra de productos .....	89
Imagen 12 Nivel de satisfacción del cliente sobre la calidad y precio de los productos	90
Imagen 13 Gráfico CONSTRUDEC comercializa productos diversos e innovadores ..	91
Imagen 14 Gráfico Reclamos y devoluciones por productos adquiridos .....	92
Imagen 15 Gráfico Conocimiento de país de origen .....	93
Imagen 16 Gráfico Ampliar gama de productos en cerámica plana.....	94
Imagen 17 Gráfico Optimizar precios de la cerámica .....	95
Imagen 18 Gráfico Disposición de adquirir productos desde Bolivia.....	96
Imagen 19 Empresas Industriales de cerámica y porcelanato en Ecuador .....	99

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Modelo de Entrevista al Gerente Propietario CONSTRUDEEC .....	117
Anexo 2 Modelo de Entrevista al Agente Afianzador de Aduanas de CONSTRUDEEC .....	120
Anexo 3 Modelo de Encuesta a Clientes de CONSTRUDEEC .....	122

## INTRODUCCIÓN

Las empresas y organizaciones que tienen como actividad comercial la intermediación de productos de construcción en la línea de acabados en cerámica plana, a través de la importación y comercialización, requieren mejorar su participación en el mercado ecuatoriano con respecto a sus competidores directos, las fábricas nacionales de cerámica; optimizando los costos y gastos resultantes del proceso de importación directa, el costo de los productos adquiridos, afianzar la calidad y diversificación de estos, generando ingresos sostenibles y sustentables.

El presente trabajo de investigación realiza un análisis sobre la propuesta de importación directa de cerámica plana desde Bolivia a Ecuador y su incidencia en la optimización de costos y gastos para la empresa CONSTRUDEC, elaborada en base a los siguientes capítulos.

El primer capítulo establece la situación problemática presente y futura del sector de la construcción, de esta forma se conoce la enunciación y estructuración del problema planteado, al analizar los costos y gastos de importación como objetivo general y, los objetivos específicos como son recopilar, interpretar y determinar la incidencia de los costos y gastos en el proceso de importación; la justificación, en donde se realiza un comparativo, se propuso la hipótesis, y finalmente se determinó el proceso de investigación.

Con el segundo capítulo se presentan fundamentos teóricos como son: teoría de diversificación de mercado, la optimización de costos y gastos, balanced scorecard, comercio de Bolivia, relación comercial entre Bolivia y Ecuador, balanza comercial entre Bolivia y Ecuador, balanza comercial entre China y Ecuador, acuerdos comerciales del

CAN, Negociación y transporte internacional; bases conceptuales y legales fundamentadas en definiciones de autores afines al trabajo de investigación.

El tercer capítulo recopiló los datos a través de un diseño metodológico no experimental con investigación exploratoria y explicativa y un enfoque de investigación cualitativo, cuantitativo y mixto, uso de técnicas como la entrevista y encuesta los mismos que respalda para demostrar el resultado del informe final.

En el cuarto capítulo del trabajo de investigación se realiza un análisis que se orienta a conocer el estado actual de la producción de cerámica plana de las principales empresas ecuatorianas y su incidencia en el mercado, identificar las oportunidades y beneficios entre Ecuador y Bolivia como socios comerciales e integrantes de la CAN Comunidad Andina de Naciones, y comparar los costos y gastos implícitos en el proceso de importación entre las Repúblicas de China y Bolivia; lo resultados obtenidos, avalan las conclusiones obtenidas y afirman las recomendaciones determinadas en la investigación.

# CAPÍTULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Tema

Importación de cerámica plana desde Bolivia a Ecuador y su incidencia en la optimización de costos y gastos.

### 1.2. Planteamiento del Problema

El sector de la construcción ha tenido importantes tasas de crecimiento como resultado de un desarrollo experimentado desde el 2008 hasta el 2014, siendo el 2011 el año con mayor crecimiento, con una tasa del 17,60% del PIB (Ekosnegocios, 2018). Como es de conocimiento para el sector importador mantener este crecimiento es muy complejo tanto para este sector como para la economía en conjunto.

Mediante cifras de la Cámara de la Industria de la Construcción (Camicon), los primeros tres trimestres del año 2017 fueron negativos para el sector, sin embargo, a partir del cuarto trimestre de ese año se vio una leve recuperación que, en el primer trimestre de 2018, mismo que refleja una mejoría para el sector de la construcción.

Durante los últimos años como una medida para reducir el incremento de productos importados, el Ecuador a través de medidas de salvaguardia protege la industria nacional de cerámica plana, aunque estas medidas originen una afectación negativa a los ingresos fiscales, reduciendo la recaudación por ISD Impuesto a la Salida de Divisas.

Un ejemplo, el arancel básico que se le carga a los productos de cerámica plana desde la Unión Europea es del 5% por peso, es decir, \$0.14 por kilo adicional, su sobretasa arancelaria de acuerdo a la cláusula de salvaguardia inicial fue del 45%

, (en la actualidad se ha reducido al 35%) dando así como resultado final, una recarga arancelaria del 75% al 90% del valor del costo de identificación fiscal CIF, lo que implica una complicada comercialización de estos productos originarios de la Unión Europea para el Ecuador. (Kalil, 2017, pág. 27).

La empresa objeto de estudio CONSTRUDEC ubicada en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil en Ecuador en la Avenida Machala arteria principal de la ciudad, donde se encuentra segmentada la comercialización de materiales de construcción y acabados en general.

CONSTRUDEC es una empresa con más de 13 años en el mercado local dedicada a la comercialización y venta de revestimientos para pisos y paredes en establecimientos especializados, y aproximadamente 10 años incursionando en la importación de estos materiales pertenecientes a la industria de la construcción.

La empresa CONSTRUDEC realiza importaciones de cerámica plana para pisos y paredes desde la República de China cuyos costos y gastos se han visto incrementados debido a nuevas exigencias tal y como es la duda de origen para las importaciones de este tipo de producto, aforo físico a la totalidad importada y la aplicación del reglamento técnico del INEN RTE-033, que está relacionado con el control de la calidad.

Por la situación antes expuesta, la empresa en mención se encuentra en la búsqueda de nuevas alternativas de mercados proveedores de cerámica plana, que permitan la reducción eficiente de sus costos y gastos generados durante la operación de importación con respecto a las que ha venido realizando provenientes de la República de China.

### **1.3. Formulación del Problema**

¿Cómo incidirá el análisis de los costos y gastos que incurren en la importación de cerámica plana desde la ciudad de Cochabamba - Bolivia hasta Guayaquil – Ecuador que determine la optimización de procesos ejecutados por la importadora CONSTRUDEC?

### **1.4. Sistematización del Problema**

- ¿Cuál sería la información relevante que fundamente el análisis para la importación de cerámica plana desde Cochabamba- Bolivia a Guayaquil- Ecuador?
- ¿Qué tipo de información se requerirá para iniciar una ruta viable de importación de cerámica plana que optimice los procesos, costos y gastos de la empresa acogiéndose a las condiciones legales y operativas?
- ¿Cómo inciden los costos y gastos de importación desde Cochabamba - Bolivia con respecto a la optimización de los mismos en la empresa CONSTRUDEC?

### **1.5. Objetivo General**

Analizar los costos y gastos que incurren en la importación de cerámica plana desde la ciudad de Cochabamba - Bolivia hasta Guayaquil – Ecuador, que determine la optimización de procesos ejecutados por la importadora CONSTRUDEC.

### **1.6. Objetivos Específicos**

Para lograr el objetivo general determinado, se debe responder los siguientes objetivos específicos:

- Recopilar información sobre los procesos, costos y gastos de importación de cerámica plana desde la ciudad de Cochabamba – Bolivia hasta Guayaquil – Ecuador.
- Interpretar la información obtenida en el estudio, comparando los resultados con los datos obtenidos de importaciones realizadas desde la República de China.
- Determinar la incidencia en la optimización de procesos, costos y gastos incurridos en la importación de cerámica plana desde la empresa COBOCE en la ciudad de Cochabamba – Bolivia hasta Guayaquil – Ecuador que incremente las ganancias en la empresa Importadora CONSTRUDEC.

### **1.7. Justificación**

Debido a la carga de trámites de importación y liberación de cerámica plana traídos desde la República de China, correspondientes a la duda de origen para las importaciones de este tipo de producto, aforo físico a la totalidad importada y la aplicación del reglamento técnico del INEN RTE-033 (control de la calidad), se tiene la necesidad de disminuir el impacto de estos costos y gastos de procesos operacionales a los productos, a través de los acuerdos comerciales, beneficios arancelarios y procedimentales a los integrantes de la Comunidad Andina (CAN), en la que participan Bolivia, Perú, Colombia y Ecuador en la cual se puede acceder a la reducción de aranceles y certificados de calidad de origen, fomentados por la promoción de acceso a mercados, facilitación de comercio.

La presente investigación se ha enfocado en el análisis a la importación de cerámica plana desde Cochabamba Bolivia realizando un comparativo con las importaciones realizadas desde la República de China, así el presente trabajo ha permitido



demostrar la incidencia de los costos y gastos de importación logrando mejorar la rentabilidad de CONSTRUDEC.

### 1.8. Delimitación del Problema

Tabla 1 Delimitación o alcance de la investigación

<b>Campo:</b>	Comercio Exterior
<b>Área específica:</b>	Importación
<b>Tema:</b>	Importación de cerámica plana desde Bolivia a Ecuador y su incidencia en la optimización de costos y gastos.
<b>Periodo:</b>	2020 – 2021.
<b>Marco Espacial:</b>	CONSTRUDEC  Origen: Bolivia.  Destino: Ecuador

Elaborado: Melendrez & Robalino (2020)

### 1.9. Hipótesis o Idea a Defender

Mediante el análisis de la importación de cerámica plana desde Bolivia a Ecuador se podrá demostrar la incidencia optimización de costos y gastos en sus procesos incurridos.

### 1.10. Línea de Investigación Institucional.

Sobre las líneas de investigación determinadas en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, la investigación se ha fundamentado en la línea institucional referente al desarrollo empresarial y de crecimiento a través del análisis y planteamiento estratégico a la empresa CONSTRUDEC, sobre su línea de importación de cerámica

plana, sustituyendo su actual importación de este producto desde la República China y realizarla desde Bolivia.

El estudio se ha enmarcado en la línea de la facultad en lo que respecta a negocios internacionales, comercio exterior y local, no solo permitiendo cambios de su oferta en el mercado local y, aprovechando la optimización de los costos y gastos del proceso de este tipo de importación, sino también logrando administrar eficientemente sus recursos disponibles.

## CAPÍTULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 Antecedentes

El trabajo desarrollado por María Abad y Francine Sandoval estudiantes de la Universidad Internacional del Ecuador, estuvo enfocado en el (Abad & Sandoval, 2013) “estudio de factibilidad para la importación y comercialización de porcelanato italiano para la provincia de Pichincha”.

Este proyecto presenta conclusiones que aportan a la investigación con respecto a la porción de mercado que no es atendido por la industria nacional y, posicionado por los importadores.

Ecuador presenta un monopolio en lo que a cerámicas y porcelanato se refiere. Este mercado está ampliamente liderado por GRAIMAN que se ha posicionado como una empresa líder, ocupando el primer lugar en capacidad de producción y con una participación del 40%. Existen otras pequeñas empresas como SERVIGRES, MULTIGRES, DEMACON, y LIS LOP las cuales pueden ubicarse dentro de los competidores potenciales que ocupan el otro 40% del mercado, con lo cual su participación individual se reduce únicamente al 10%. Finalmente, el 20% restante lo ocupan productos importados por lo que el porcelanato que se pretende importar en este proyecto actualmente se encontraría dentro de este porcentaje. (Abad & Sandoval, 2013, p. 132).

Además, identifica el impacto de los aranceles sobre la importación de productos bajo la línea de acabados para la construcción, cerámica plana.

Los aranceles impuestos por el gobierno ecuatoriano a través de la SENAE para las importaciones de este tipo de productos son bastante altos debido a la producción nacional que existe. Específicamente el porcelanato entra a Ecuador con la partida arancelaria número 6908.10.00.00, la misma que paga un arancel del 25%, IVA del 12%, FDI del 0,5%. (Abad & Sandoval, 2013, p. 133).

Como puede observarse este estudio de factibilidad aporta a la decisión de CONSTRUDEC de importar cerámica plana desde Bolivia, por su mayor impacto en el mercado y menor impacto en costos y gastos en el proceso de comercio internacional.

El siguiente estudio realizado por Gladys Moncada estudiante de la Universidad de Guayaquil se ha enfocado en un estudio de los procesos de generación de costos y gastos en la importación de acabados de construcción; información relevante, para el análisis de la presente investigación, aportando recomendaciones orientadas a la sustitución de proveedores externos.

Plan de mejoras en el proceso de importación para la empresa “Megraproductos S.A.”, para ofrecer una respuesta al problema que presenta la empresa en relación al proceso de importación de cerámica y porcelanato ya que existen costos elevados en la adquisición de los mismos que no permiten mejorar los márgenes de rentabilidad de la empresa. El objetivo principal de este proyecto fue mejorar el proceso de importación de los productos mediante la búsqueda de nuevos proveedores en el exterior, la importancia radica en desarrollar estrategias para abaratar los costos y lograr un mejor desarrollo de las operaciones de la empresa en relación a la comercialización de cerámica y porcelanato en el país. (Moncada, 2019, p. XIV)

Como resultado de esta investigación a esta problemática que presenta la empresa Megaproductos S.A., recomienda.

Considerar la reducción de los costos de adquisición de la mercadería importada, mediante la búsqueda de nuevos proveedores con altos niveles de calidad y a precios económicos, de acuerdo a lo que se detalla en esta tesis. Y, obtener más información de parte de los proveedores de cerámica y porcelanato en el extranjero, con la finalidad de conseguir el producto a menor precio sin disminuir la calidad del mismo. (Moncada, 2019, p. 54)

## **MARCO TEÓRICO**

### **2.2 Teoría de la Diversificación de Mercado**

Existen varias formas de diversificar un mercado y cada una permite obtener beneficios económicos para un individuo o empresa. (Jaén, 2013) afirma que este término es considerado como una estrategia que se encarga de encaminar a los productos a ingresos a nuevos y potenciales mercados que les permita expandir sus productos y posicionar su negocio. La diversificación de mercados permite ampliar las posibilidades de desarrollo, aumentar las ganancias y fortalecer a los productos para hacer frente ante la competencia.

Esta estrategia es considerada como una decisión de suma importancia en la empresa ya que permite elegir o seleccionar el mercado que más se acople con el producto a exportar, esto con la finalidad de generar ingresos y hacer conocer la marca en el exterior. Gran parte de las empresas deciden realizar cambios considerando nuevas estrategias o mercados en los cuales puedan visualizar grandes oportunidades de crecimiento o expansión.

Cuando se ejecuta una diversificación de mercado, estas decisiones suelen ser tomadas como una manera de aprovechar oportunidades notorias, tales como demanda insatisfecha en la población, tendencias de consumo, poder adquisitivo de los habitantes, entre otras. López, Vidal y Gonzáles (2016) indica que existen varios tipos de diversificación, destacando las siguientes:

- Diversificación horizontal, es cuando la empresa opta por tomar la decisión de crear o innovar productos que suelen estar relacionados con la actividad principal que desarrolla.
- Diversificación concéntrica, esta estrategia incorpora nueva línea de productos a las ya existentes en la actividad comercial.
- Diversificación conglomerada, introduce al mercado nuevos productos que son sustitutos a la línea de productos de la actividad empresarial y son destinados a futuros clientes.

Por medio de la diversificación de mercados se pueden generar ventajas competitivas dentro del mercado objetivo, a través de un producto cuyos costos y gastos son eficientes y logran afectar positivamente la utilidad de la empresa.

En el mercado ecuatoriano las organizaciones (personas naturales y/o jurídicas) cuya actividad económica es la intermediación y distribución de cerámica plana, para adquirir los productos relacionados a esta línea de acabados de la construcción, tiene las siguientes opciones:

- **La primera**, adquirirla a través de industrias locales donde los procesos de producción internos, fabricación del producto, encarecen el bien disminuyendo la capacidad de generar valor (utilidad).

- **La segunda**, a través de organizaciones (personas naturales o jurídicas) locales cuyo objeto es la importación y comercialización de esta línea de productos, con costos de adquisición generan valor (utilidad) incluyendo sus clientes consumidores finales.

Según (SENAE, 2018), la importación de cerámica plana en Ecuador, en formato estándar de 40x40, de productos que se comercializan en el sector de la construcción en la línea de acabados para la construcción, tiene marcas representativas de países de origen como:

- **Brasil**, importación de 402.594 cajas que representan US\$3,9 millones con un costo unitario por cada de US\$9.90 en la marca: Delta
- **China**, importación de 267.594 cajas que representan US\$1,8 millones con un costo unitario por cada de US\$6.97 en las marcas: Overland, Jietuo, Bahoua y Tenerexito
- **España**, importación de 185.000 cajas que representan US\$2,3 millones con un costo unitario por cada de US\$12.45 en las marcas: Porcelanosa, Marazzi, Saloni y Estilker
- **Italia**, importación de 87.240 cajas que representan US\$1,0 millones con un costo unitario por cada de US\$11.38 en las marcas: Romagna, Italcraft, Ceramiche y Sant Agostino

### **2.3 Optimización de costos y gastos**

En el proceso de optimización de costos y gastos, se aplica buenas prácticas determinadas por estudios que han logrado eficiencia.

Según Olascoaga (2017) en su publicación ¿Cómo minimizar los costos en el proceso de importación? En comercio exterior, cualquier error en el análisis del pre-

costeo de importación, representará sobrecostos no planificados; se podría asumir real la premisa que escuchamos comúnmente: “el tiempo es oro”, pero en realidad no solo el tiempo. Sino también, el clima, las temporadas, las estaciones, los feriados, las variantes en los precios del petróleo, el terrorismo, la tasa de cambio. Todas éstas son variables que debemos tener en cuenta al momento de la negociación con todos los agentes que intervienen en el proceso de importación. (Olascoaga, 2017).

Al parecer la única variable que determina el flujo comercial es el tipo de cambio del momento. Es decir, el importador no está comprando porque el tipo de cambio está demasiado alto, y de la misma manera asumimos que, el exportador no está vendiendo porque el tipo de cambio está en caída. Pero podemos aprovechar otras variables a nuestro favor como, por ejemplo; manejar los precios de transporte por temporada baja, utilizar un beneficio arancelario con algún país socio con acuerdos comerciales. (Olascoaga, 2017).

Es el objetivo de toda empresa siempre el reducir costos, hay muchas maneras de lograrlo, lo recomendable es seguir una secuencia durante las etapas del proceso de importación, es decir: (Olascoaga, 2017)

1. el costo de fabricación: lo debemos negociar con nuestro proveedor diseñando estrategias y ofreciendo alternativas en beneficio de ambas partes.
2. el costo de transporte, tanto el flete internacional, como el transporte local (de puerto a nuestro almacén)
3. costos operativos: identificar gastos innecesarios en los que estamos incurriendo. Analizar la cotización del agente de carga, qué sobrecostos está aplicando, en:
  - Puertos



- Navieras
- Almacenes temporales

También, debemos analizar con qué almacén trabaja nuestro agente de carga, ¿cuántos días libres de almacenaje tenemos?, ¿cuántos días libres de sobrestadía del contenedor? (Olascoaga, 2017)

4. Costos de agenciamiento de aduanas, ¿cuál es el % de comisión negociado?, ¿cuál es el costo por gastos operativos?, ¿está incluido el costo por previo o aforo físico?
5. Derechos y tributos: Más allá de los aranceles que son costos ya fijados, debemos tener cuidado en realizar una mala declaración, para no incurrir en infracciones, y por consiguiente en multas por parte de la aduana. Esto puede deberse a Certificados de Origen con información que no corresponde, así mismo los Acogimientos Posteriores a beneficios arancelarios por tratados. Sobre todo, debemos evitar las notificaciones de Ajuste de Valor, pero de ser el caso debemos tener la documentación necesaria para poder sustentar nuestro precio pagado o por pagar (primer método de valoración aduanera). Estos problemas se pueden evitar y prevenir, realizando una investigación previa de los requisitos necesarios para la importación de su producto, analizando así si estamos importando mercancía prohibida o restringida.
6. Costos financieros, medios de pago (costos por transferencias, emisión de carta de crédito, entre otros), costos por financiamientos de importación.

Entonces hacemos la siguiente pregunta, ¿Por qué contratamos a un operador logístico? (Olascoaga, 2017)

- Por el precio: tienen las tarifas más bajas.

- Por la confianza que me transmiten, por referencias.
- Porque los conozco.

Tengamos en cuenta que “Entre más apalanquemos los recursos de nuestra cadena logística, mayor será su competitividad”. Debemos ver a nuestros proveedores, a los operadores logísticos, a los intermediarios, a los comercializadores, transportadores y clientes cómo un recurso proactivo donde deberíamos apalancarnos para generar valor en el mercado. (Olascoaga, 2017)

Usualmente al momento de contratar a un operador logístico, se realizan 3 cotizaciones y la escogida generalmente la más baja en costo, es decir se toman decisiones en base a las “tres ofertas del precio”. Pero, debemos tener en cuenta que siempre podremos encontrar una oferta más baja y una oferta más alta en relación al precio, de eso no hay dudas. Lo que no es seguro es que ese precio cotizado nos pueda garantizar la mejor competitividad en relación a la calidad en el servicio. (Olascoaga, 2017)

Por esta razón debemos tener en cuenta que lo barato en comercio exterior siempre podría resultar demasiado costoso. El principal consejo que doy a mis clientes es: “el camino más seguro para reducir costos en este medio es el conocimiento aplicado al servicio”. Ya que, de qué nos sirve haber conseguido las tarifas más bajas, pelear hasta el último centavo con su agente de carga o aseguradora si posiblemente las utilidades se quedan en sobrecostos de almacenajes o recargos por moras o movilizaciones extras. (Olascoaga, 2017)

Al momento de considerar la contratación de los operadores logísticos en nuestras próximas importaciones debemos plantearnos qué ventajas le representarán en 3 campos básicos: (Olascoaga, 2017)

- Optimizar el proceso logístico

- Apalancar los recursos en la cadena logística
- Aprovechar las ventajas del comercio internacional

La aplicación de un análisis eficiente y comparativo de los costos y gastos del proceso de importación entre los países de República de China y Bolivia, tiene como principal objetivo optimizar de costos y gastos incurridos en la importación.

## **2.4 Balanced Scorecard**

(Colareta, 2018, p. 19) explican: “el BSC es una herramienta revolucionaria para movilizar a la gente hacia el pleno cumplimiento de la misión, a través de canalizar energías, habilidades y conocimientos específicos de la gente en la organización hacia el logro de metas estratégicas de largo plazo”.

Según los creadores de esta herramienta, (Kaplan R. & Norton D., 2000), el BSC se generan principalmente cuando se encontraban desarrollando una investigación patrocinada por el Nolan Norton Institute, la división de investigación de KPMG, la cual tenía un tiempo de duración de 1 año. La investigación consistía en determinar nuevas formas de medir los resultados de la empresa, ya que se creía que las formas de medir la actuación de empresa en el mercado, su rentabilidad y rendimiento, que se valían principalmente de los indicadores financieros, estaban careciendo de valor y no ofrecían información completa. Los autores planteaban que los indicadores financieros de ese entonces se enfocaban en dar resultados a corto plazo que generaran rentabilidad reflejada en los informes de cierre de año. Se determinó que, aunque las empresas sentían que en un corto plazo se lograba beneficios, tenían menos potencial de crecimiento futuro. La retención y satisfacción de clientes era más difícil de conseguir y necesariamente tenían

que buscar nuevas maneras de contrarrestar dichas problemáticas. Después de revisar varios casos de distintas empresas, generar varias ideas, analizar distintas propuestas de cuadros de mando y su intercambio de experiencias con distintos gerentes de distintas empresas, los investigadores y participantes de la investigación comenzaron a darse cuenta que lo más prometedor para la medición del desempeño de las empresas era tener un enfoque multidimensional a largo plazo, que abarque temas de productividad, de calidad, de capacitación, importantes para la empresa, y que en ese entonces se les tomaba poca importancia, sin dejar de lado los indicadores financieros ya existentes.

### **Perspectivas del Balanced Scorecard**

A partir del enfoque que plantea el BSC, (Kaplan R. & Norton D., 2000) señalan que existen 4 perspectivas o puntos de vista generales muy precisas que son parte esencial para observar y recopilar información la cual será medida posteriormente. Estas perspectivas son:

- Perspectiva financiera
- Perspectiva del cliente
- Perspectiva de los procesos internos
- Perspectiva de innovación y formación (aprendizaje y conocimiento)

El Balanced Scorecard es una guía estratégica sobre la cual se basa el trabajo de investigación y aplicar los parámetros establecidos en la perspectiva de los procesos internos; la optimización en el proceso de importación por el cambio de país de origen de la cerámica plana, lograrán el cumplimiento de las perspectivas de cliente y financiera.

## 2.5 Comercio de Bolivia

Según la Comunidad Andina (CAN S. d., 2018-05772), las exportaciones de Bolivia en los 49 años del proceso de integración andino, las exportaciones de Bolivia a la CAN se multiplicaron por 218 veces, registrando una tasa de crecimiento promedio de 11,9% durante el periodo; mientras que las exportaciones hacia terceros países aumentaron en 43 veces (8,1%). Las importaciones IntraCAN de dicho país crecieron a una tasa promedio anual de 12,7%, mientras que las provenientes de fuera de la CAN aumentaron en 8,6% durante el periodo.

Durante el año 2017, las exportaciones bolivianas al bloque andino disminuyeron a una tasa de 31,6%, respecto al año anterior; influenciadas por el sector de productos alimenticios y de aceites comestibles. Las exportaciones bolivianas al interior de la Comunidad Andina alcanzaron USD 718 millones.

Bolivia tiene como principal destino de sus exportaciones a los países del Mercosur, que representaron el 34,7% de sus exportaciones totales en el año 2017. Le siguen en importancia la Unión Europea (9,6%), y la Comunidad Andina (9,0%) y Estados Unidos (7,7%). En la imagen 1, se pueden observar los 10 principales socios de Bolivia, que representan el 94,4% de sus exportaciones al mundo en el año 2017.

La imagen 2, presenta los 25 principales productos exportados de Bolivia a la Comunidad Andina durante el 2017, los cuales representaron el 92,5% del total exportado a la CAN.

Por otro lado, la imagen 3 permite identificar algunos rubros de origen boliviano cuyas exportaciones se destinan casi en su totalidad al mercado andino, es decir, exportaciones que no se habrían generado, sino sería por ciertas condiciones como la

cercanía del mercado, las preferencias arancelarias o la normativa común andina, entre otros factores. La tabla siguiente muestra los primeros 15 rubros con estas “exportaciones exclusivas” al mercado andino, caracterizados por ser en su gran mayoría, productos manufacturados, y que alcanzan una suma de USD 581 millones de exportación en el año 2017.

## BOLIVIA: Exportaciones por Principales Socios Comerciales, 2008 - 2017

(En millones de dólares)

SOCIO	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Participación 2017	Variación 2017/2008
1 MERCOSUR 1/	3 500	2 141	3 000	4 062	5 738	6 244	6 136	3 968	2 248	2 758	34,7%	-2,6%
2 Unión Europea 2/	306	387	558	636	554	576	776	745	745	764	9,7%	10,7%
3 Comunidad Andina	479	535	636	714	1 194	1 259	1 320	1 016	1 050	718	9,0%	4,6%
4 Estados Unidos	431	395	544	823	1 756	1 210	2 034	1 103	1 008	616	7,7%	4,0%
5 República de Corea	812	496	361	417	358	403	495	375	385	611	7,7%	-3,1%
6 Japón	210	302	453	540	442	417	431	406	417	568	7,1%	11,7%
7 India	5	3	5	4	4	2	2	193	120	548	6,9%	69,4%
8 China	129	125	204	322	305	305	426	453	468	400	5,0%	13,4%
9 Emiratos Arabes Unidos	0	0	0	0	2	2	3	60	201	367	4,6%	122,5%
10 Canadá	89	81	89	195	153	166	200	101	109	162	2,0%	6,9%
Resto del Mundo	726	783	863	1 066	1 101	860	672	435	414	446	5,6%	-5,3%
<b>Total Mundo</b>	<b>6 688</b>	<b>5 249</b>	<b>6 714</b>	<b>8 779</b>	<b>11 606</b>	<b>11 444</b>	<b>12 496</b>	<b>8 855</b>	<b>7 164</b>	<b>7 957</b>	<b>100,0%</b>	<b>1,9%</b>

1/ MERCOSUR: Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

2/ Unión Europea - 27: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, España, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Suecia, Lituania, Malta, Luxemburgo y Polonia.

Imagen 1 Exportaciones por principales socios comerciales

Fuente: (CAN S. d., 2018-05772, p. 65)

## BOLIVIA: Principales Productos Exportados hacia la Comunidad Andina, 2017

(Miles de dólares)

No.	Código	Subpartida NANDINA	Destino de las exportaciones		
			CAN	Mundo	CAN/Mundo
<b>Total de exportaciones de Bolivia hacia la CAN</b>			<b>717 925</b>	<b>7 956 449</b>	<b>9,0%</b>
<b>Total principales 25 productos</b>			<b>663 734</b>	<b>1 007 955</b>	<b>65,8%</b>
1	23040000	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en «pellets»	332 282	352 124	94,4%
2	15071000	Aceite de soja y sus fracciones, en bruto, incluso desgomado	152 927	154 912	98,7%
3	15079090	Los demás, aceite de soja (soya) y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente.	24 249	38 789	62,5%
4	15121110	Aceites en bruto de girasol	20 189	20 189	100,0%
5	12081000	Harina de habas (porotos, frijoles, fréjoles) de soja (soya)	19 872	20 623	96,4%
6	22071000	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual al 80% vol	14 226	32 683	43,5%
7	04022119	Leche y nata en polvo, gránulos o demás formas sólidas, con materia grasa >= 26% en peso, sin azúcar ni otro edulcorante, excepto en envases inmediatos <= 2,5 kg	14 067	14 067	100,0%
8	12022000	Mani sin cáscara, incluso quebrantados, sin tostar ni cocer de otro modo	9 040	10 622	85,1%
9	23063000	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción de grasas o aceites de girasol	8 270	12 167	68,0%
10	27101922	Fueloils (fuel)	7 582	44 575	17,0%
11	16025000	Preparaciones y conservas de la especie bovina	7 347	7 347	100,0%
12	15121910	Los demás aceites en bruto de girasol	6 939	6 947	99,9%
13	25281000	Boratos de sodio naturales y sus concentrados (incluso calcinados)	5 733	34 601	16,6%
14	12010090	Habas de soja, excepto para siembra	5 539	5 539	100,0%
15	08012200	Nueces del Brasil sin cáscara, frescos o secos	4 923	168 292	2,9%
16	27111900	Los demás gases de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos, licuados	4 671	21 924	21,3%
17	10051000	Maíz para siembra	3 776	7 182	52,6%
18	12079999	Los demás, semillas y frutos oleaginosos, incluso quebrantados	3 600	27 170	13,3%
19	19053200	Barquillos y obleas, incluso rellenos («gaufrettes», «wafers») y «waffles» («gaufres»)	3 392	5 066	67,0%
20	15179000	Mezclas o preparaciones alimenticias de grasas o aceites, animales o vegetales, o de fracciones de diferentes grasas o aceites	2 826	4 490	62,9%
21	07133399	Frijol común seco, excepto frijol negro y canario, excepto para siembra	2 731	8 929	30,6%
22	33051000	Champúes	2 538	2 539	100,0%
23	04021090	Leche y nata en polvo, gránulos o demás formas sólidas, con materia grasa <= 1,5% en peso, excepto en envases inmediatos <= 2,5 kg	2 519	2 519	100,0%
24	69041000	Ladrillos de construcción, de cerámica	2 402	2 564	93,7%
25	02013090	Los demás, deshuesada, los demás cortes (trozos) sin deshuesar, carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada	2 094	2 094	100,0%

Imagen 2 Principales Productos Exportados hacia la Comunidad Andina, 2017

Fuente: (CAN S. d., 2018-05772, p. 68)



## BOLIVIA: Exportaciones exclusivas

(En miles de dólares, porcentaje)

N°	Código	Descripción	Mundo		CAN		Part. CAN/MUNDO	
			2016	2017	2016	2017	2016	2017
<b>TOTAL</b>			<b>931 929</b>	<b>605 963</b>	<b>879 156</b>	<b>581 066</b>	<b>94,3%</b>	<b>95,9%</b>
1	23040000	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en «pellets»	540 456	352 124	512 421	332 282	94,8%	94,4%
2	15071000	Aceite de soja y sus fracciones, en bruto, incluso desgomado	248 651	154 912	238 146	152 927	95,8%	98,7%
3	12081000	Harina de habas (porotos, frijoles, fréjoles) de soja (soya)	22 908	20 623	21 640	19 872	94,5%	96,4%
4	15121110	Aceites en bruto de girasol	21 050	20 189	21 050	20 189	100,0%	100,0%
5	04022119	Leche y nata en polvo, gránulos o demás formas sólidas, con materia grasa >= 26% en peso, sin azúcar ni otro edulcorante, excepto en envases inmediatos <= 2,5 kg	22 609	14 067	22 540	14 067	99,7%	100,0%
6	12022000	Mani sin cáscara, incluso quebrantados, sin tostar ni cocer de otro modo	9 148	10 622	7 451	9 040	81,5%	85,1%
7	16025000	Preparaciones y conservas de la especie bovina	6 549	7 347	6 549	7 347	100,0%	100,0%
8	15121910	Los demás aceites en bruto de girasol	7 886	6 947	7 054	6 939	89,4%	99,9%
9	12010090	Habas de soja, excepto para siembra	30 812	5 539	24 451	5 539	79,4%	100,0%
10	69041000	Ladrillos de construcción, de cerámica	2 819	2 564	2 500	2 402	88,7%	93,7%
11	33051000	Champúes	2 318	2 539	2 298	2 538	99,1%	100,0%
12	04021090	Leche y nata en polvo, gránulos o demás formas sólidas, con materia grasa <= 1,5% en peso, excepto en envases inmediatos <= 2,5 kg	2 404	2 519	2 404	2 519	100,0%	100,0%
13	73084000	Material de andamiaje, encofrado, apeo o apuntalamiento, de fundición, hierro o acero	9 383	2 213	6 149	2 050	65,5%	92,6%
14	02013090	Los demás, deshuesada, los demás cortes (trozos) sin deshuesar, carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada	2 414	2 094	2 414	2 094	100,0%	100,0%
15	36030010	Mechas de seguridad	2 522	1 662	2 091	1 261	82,9%	75,9%

Imagen 3 Bolivia: Exportaciones Exclusivas

Fuente: CAN, Dimensión Económico Social de la Comunidad Andina -2018-

## 2.6 Relación Comercial entre Bolivia y Ecuador

De acuerdo con el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE, 2018), Ecuador ha logrado sentar una mayor presencia en el mercado boliviano con productos del sector metalmecánica, textil, madera, medicamentos, alimentos y otros. Por otro lado, se espera que diferentes empresas ecuatorianas puedan concretar negociaciones con sus pares bolivianas para poder ingresar su oferta exportable a nuestro país a través de productos como el camarón, cacao, flores y tener un incremento de ventas de atún, las cuales representaron el 70% de las exportaciones ecuatorianas en la pasada gestión.

Durante el período 2008-2017 y avance al mes de julio del 2018, las exportaciones bolivianas hacia Ecuador sumaron USD1.001 millones, mientras que las importaciones totalizaron USD369 millones, dejando un saldo positivo de USD633 millones, abriendo la oportunidad para equilibrar la balanza comercial a través del incremento en la oferta exportable ecuatoriana.

### PERÍODO 2008-2017 Y AVANCE AL MES DE JULIO DEL 2018

(Expresado en millones de dólares americanos)

Balanza Comercial	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 (p)	2017 (p)	2018 (p)
Exportaciones	13	35	64	90	221	150	102	122	74	59	71
Importaciones	21	18	17	27	34	37	46	48	42	49	29
Saldo Comercial	-7	17	47	62	188	113	57	75	32	10	42

Imagen 4 Bolivia: Balanza Comercial con Ecuador  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INE (Bolivia)  
Elaborado: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

Al mes de julio de la presente gestión, Bolivia exportó a Ecuador 37 productos, principalmente aceite crudo de soya, torta de soya y conservas de carne, entre otros, alcanzando un valor de USD71 millones.

Por su parte, se importaron 299 productos de Ecuador entre los que se destacan los pañales para bebé, cocinas, tubos de acero, neumáticos, herbicidas, medicamentos, manufacturas de plástico y tableros de madera, los cuales representan parte del amplio abanico de productos exportables de Ecuador, logrando un valor total de más de USD29 millones, cifra mayor en 12% comparado con el mismo período del 2017.

**AVANCE AL MES DE JULIO DEL 2018 (Datos preliminares)**  
**VOLUMEN y VALOR**  
**(Expresado en kilogramos brutos y dólares americanos)**

Nº	NANDINA	PRODUCTO	VOLUMEN	VALOR
1	1507100000	ACEITE DE SOYA EN BRUTO Y SUS FRACCIONES, INCLUIDO DESGOMADO	62.156.567	42.740.060
2	2304000000	TORTA Y DEMÁS RESIDUOS SÓLIDOS DE LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE SOYA (SOJA), INCLUIDO MOLIDOS O EN "PELLETS"	53.116.233	18.501.783
3	1602500000	LAS DEMÁS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE, DE LA ESPECIE BOVINA	561.513	2.508.619
4	2710192200	FUELOILS (FUEL)	1.502.794	1.709.582
5	1512191000	LOS DEMÁS ACEITES DE GIRASOL	1.172.089	1.274.684
6	1005100000	MAÍZ PARA SIEMBRA	204.224	1.000.422
7	1202420000	LOS DEMÁS MANÍES (CACAHUETES, CACAHUATES) SIN TOSTAR NI COCER DE OTRO MODO, SIN CÁSCARA, INCLUIDO QUEBRANTADOS	415.344	462.254
8	1507909000	LOS DEMÁS ACEITES DE SOJA (SOYA) Y SUS FRACCIONES, INCLUIDO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE	553.847	415.014
9	1512111000	ACEITES EN BRUTO: DE GIRASOL	467.620	356.305
10	7204490000	LOS DEMÁS DESPERDICIOS Y DESECHOS	2.360.000	335.710
RESTO DE PRODUCTOS			1.948.561	1.470.342
<b>TOTAL EXPORTADO</b>			<b>124.458.791</b>	<b>70.774.776</b>
<b>Nº DE PRODUCTOS</b>			<b>37</b>	

Imagen 5 Bolivia: Exportaciones a Ecuador según Principales Productos

Fuente: (IBCE, 2018, p. 6)

Elaborado: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE

**AVANCE AL MES DE JULIO DEL 2018 (Datos preliminares)**  
**VOLUMEN y VALOR**  
**(Expresado en kilogramos brutos y dólares americanos)**

Nº	NANDINA	PRODUCTO	VOLUMEN	VALOR
1	9619001010	PAÑALES PARA BEBÉS DE PASTA DE PAPEL, PAPEL, GUATA DE CELULOSA O NAPA DE FIBRAS DE CELULOSA	977.638	3.063.498
2	7321111900	LAS DEMÁS COCINAS DE COMBUSTIBLE GASEOSO, O DE GAS Y OTROS COMBUSTIBLES	521.769	2.464.889
3	7306309900	LOS DEMÁS TUBOS DE ACERO SOLDADOS DE SECCIÓN CIRCULAR	1.753.962	1.942.273
4	4011101000	NEUMÁTICOS (LLANTAS NEUMÁTICAS) NUEVOS DE CAUCHO DE LOS UTILIZADOS EN AUTOMÓVILES DE TURISMO: RADIALES	443.553	1.763.002
5	4805190000	LOS DEMÁS PAPEL PARA ACANALAR	1.614.129	1.240.177
6	7614100000	CABLES, TRENZAS Y SIMILARES, DE ALUMINIO, SIN AISLAR PARA ELECTRICIDAD, CON ALMA DE ACERO	426.144	1.041.856
7	4410110000	TABLEROS DE PARTICULAS DE MADERA	1.954.911	1.021.082
8	3808931900	LOS DEMÁS HERBICIDAS, INHIBIDORES DE GERMINACIÓN Y REGULADOS DE CRECIMIENTO DE LAS PLANTAS	287.285	741.753
9	9619009010	LOS DEMÁS ARTÍCULOS SIMILARES A LAS COMPRESAS, TAMPONES HIGIÉNICOS Y PAÑALES PARA BEBÉS, DE PASTA DE PAPEL, PAPEL, GUATA DE CELULOSA O NAPA DE FIBRAS DE CELULOSA	214.911	649.077
10	3004902900	LOS DEMÁS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	27.568	597.431
RESTO DE PRODUCTOS			8.037.847	14.645.611
<b>TOTAL IMPORTADO</b>			<b>16.259.717</b>	<b>29.170.649</b>
<b>Nº DE PRODUCTOS</b>			<b>299</b>	

Imagen 6 Bolivia: Importaciones desde Ecuador según Principales Productos  
Fuente: (IBCE, 2018, p. 6)  
Elaborado: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE

## 2.7 Comercio Exterior

### 2.7.1 Balanza Comercial Bolivia - Ecuador

Durante el periodo estudiado la relación comercial entre Ecuador y Bolivia ha dado como resultados saldos negativos desde el 2013 al 2017, es importante mencionar que el saldo negativo ha ido en aumento, llegando a su valor más alto en el año 2017. Los principales productos que Ecuador ha exportado hacia Bolivia fueron: Manufacturas de Metales; Manufacturas de Cuero, Plástico y Caucho; Químicos y Farmacéuticos; Manufacturas de Papel y Cartón; Maquina Industrial y sus partes; Maderas terciadas y prensadas; Elaborados de cacao; prendas de vestir; Enlatados de pescado. Por otro lado, los principales productos que fueron importados desde Bolivia hacia Ecuador fueron: Productos Alimenticios Semielaborados para la Industria; Alimentos para Animales Semielaborados; Productos Químicos y Farmacéuticos elaborados para la Industria; Materias Primas Naturales para la Agricultura; Productos Alimenticios Elaborados. (Lagos, 2018, p. 41).

Tabla 2 Relación Comercial Ecuador Bolivia 2013 – 2017 (En Millones de US\$)

<b>Año</b>	<b>Exportaciones</b>	<b>Importaciones</b>	<b>Saldo</b>
2013	23.5	186.9	-163.4
2014	26.2	177.1	-150.9
2015	36.5	208.2	-171.7
2016	31.7	203.8	-172.1
2017	39.0	212.9	-173.9

Fuente: (Lagos, 2018, p. 41)

### 2.7.2 Balanza Comercial China - Ecuador

Para Ecuador el impacto comercial con China; entre las importaciones no petroleras y exportaciones no petroleras han representado un saldo comercial negativo afectando al producto interno bruto (PIB) en un promedio del 3% en los años analizados; por el contrario, para China una balanza comercial positiva. El comercio entre Ecuador

y China ha provocado una salida de capitales del USD 15.262 millones de dólares desde el 2013 al 2017, originados por el comercio internacional entre ambos países; ya que, una necesita de la otra para abastecerse de bienes y viceversa; logrando fortalecer y aumentar únicamente el comercio de China, más no el comercio del Ecuador. (Delgado & Yáñez, 2019, p. 213)

Tabla 3 Relación entre exportaciones e importaciones no petroleras, Ecuador China, en millones de dólares FOB

<b>Datos</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>Acumulado</b>
<b>Importaciones</b>	3917.0	3915.0	3585.0	2618.0	3141.0	17176.0
<b>Exportaciones</b>	234.0	391.0	518.0	383.0	388.0	1914.0
<b>Déficit/Superavit</b>	<b>-3683.0</b>	<b>-3524.0</b>	<b>-3067.0</b>	<b>-2235.0</b>	<b>-2753.0</b>	<b>-15262.0</b>
<b>Porcentaje</b>						
<b>Exp/Imp</b>	<b>5.97%</b>	<b>9.99%</b>	<b>14.45%</b>	<b>14.63%</b>	<b>12.35%</b>	<b>11.14%</b>

Fuente: (Delgado & Yáñez, 2019, p. 210)

Elaborado por: Melendrez & Robalino

De acuerdo al estudio realizado por los autores (Dirán & Pellandra, 2017) las importaciones ecuatorianas de productos chinos, desde 2012 se han acelerado considerablemente, al igual que en otros países de la región, especialmente en las textiles en 14,6%, en electrónica, maquinarias el 11,7% y equipos el 11,3%. Es por ello que, en el 2015 Ecuador implementa salvaguardias a los productos importados tales como: prendas de vestir, preparaciones alimenticias, frutas (manzanas, uvas, peras, duraznos, entre otros), vehículos de cargas, impresoras, imprentas, muebles, calzados, manufacturas de plásticos, televisores CKD, teléfonos y sus partes (no incluyen celulares); esto se atribuye que el Ecuador no posee industrias de alto valor agregado en la producción (Feijoó, 2019).

## **2.8 Acuerdos Comerciales**

A fin de alcanzar una inserción estratégica en la economía mundial, el Ecuador ha definido una agenda de negociaciones orientada a consolidar sus principales destinos de

exportación y la apertura de nuevos mercados, la diversificación de su canasta exportable, y mediante las reformas adoptadas a nivel nacional, propiciar un entorno jurídico estable para la atracción de inversiones. En este contexto, el país mantiene Acuerdos Comerciales en vigor bajo los siguientes esquemas de integración: a) Acuerdos de Libre Comercio con la Unión Europea, b) Acuerdos de Alcance Parcial con Chile, MERCOSUR, México, Cuba, Guatemala, El Salvador y Nicaragua; y, c) Uniones Aduaneras, Comunidad Andina (CAN) con Bolivia, Colombia y Perú. Cabe mencionar que en el caso del Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo con la Asociación Europea de Libre Comercio AELC (EFTA, por sus siglas en inglés), este entraría en vigor una vez que sea aprobado por los parlamentos de los Estados miembros. Además, se mantienen procesos de negociación con Corea del Sur y Turquía. (BCE, 2019, pp. 1-2)

De otra parte, Ecuador ha solicitado su adhesión como Estado Asociado a la Alianza del Pacífico, bloque conformado por Colombia, Chile, México y Perú; y en la actualidad se ha iniciado el proceso de negociación. En cuanto a la suscripción de un acuerdo de alcance parcial con la India, el país culminó el Estudio Conjunto de Factibilidad cuyos resultados permitirán dar paso al inicio del proceso de negociación comercial con India, mismo que se espera se realice en este año. (BCE, 2019, p. 2)

De igual manera, el país ha manifestado su interés de negociar acuerdos comerciales con los Estados Unidos, Unión Económica Euroasiática, Canadá, Japón, Costa Rica y República Dominicana. En la siguiente Tabla 4 se encuentra un listado de los acuerdos regionales y preferenciales que están en vigor en el país. (BCE, 2019, p. 2)

Tabla 4 Acuerdos comerciales de Ecuador

<b>Acuerdo Comercial o Régimen Referencial</b>	<b>Países miembros</b>	<b>Fecha entrada en vigor</b>
Acuerdo de Cartagena(CAN)	Perú, Colombia, Bolivia, Ecuador	16 octubre 1969



Convenio de complementación del sector Automotor	Colombia, Ecuador, Venezuela	17 septiembre 1999
ACE entre Ecuador y Guatemala	Guatemala, Ecuador	10 febrero 2013
AAP CE CAN-MERCOSUR	Brasil, Paraguay, Uruguay, Argentina	01 abril 2005
Acuerdo comercial multipartes (Unión Europea)	Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, Eslovaquia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumania, Reino Unido, Suecia,	01 enero 2017
AAP R con México	México	06 agosto 1987
AAP CE con Cuba	Cuba	07 marzo 2001
AAP CE con Chile	Chile	29 enero 2010
AAP CE con Guatemala	Guatemala	19 febrero 2013
AAP CE con El Salvador	El Salvador	16 noviembre 2017
AAP con Nicaragua	Nicaragua	19 noviembre 2017
<b>Acuerdos comerciales preferenciales</b>		
Guatemala (AAP. A25TM N° 42)		19 de febrero 2013
Chile (AAP.CE N° 65)		05 de enero 2010
Colombia-Ecuador-Venezuela-MERCOSUR		18 de octubre 2004 (fecha de suscripción)
México (AAP 29)		06 de agosto de 1987

Fuente: (BCE, 2019, p. 2)

Elaborado por: Melendrez & Robalino

## **La Comunidad Andina de Naciones**

Según un artículo de BizLatin Hub (Expertos en Comercio Internacional, 2020). El 26 de mayo de 1969, cinco países de América del Sur (Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú) firmaron el Acuerdo de Cartagena, un acuerdo destinado a mejorar el nivel de vida de las poblaciones de los países mediante la integración regional e incorporación económica y social. El Acuerdo de Cartagena acabó formando la Comunidad Andina de Naciones.

La Comunidad Andina de Naciones es un bloque regional, formado por estos 5 países, que pretende estimular el desarrollo industrial, agrícola, social y comercial a través de una mayor integración regional.

En un acuerdo de colaboración con el Mercosur, la Comunidad Andina añadió cuatro nuevos miembros asociados: Brasil, Paraguay, Argentina y Uruguay. El Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores concedió a estos cuatro miembros del Mercosur la condición de miembros asociados el 7 de julio de 2005.

La Comunidad Andina de Naciones es un bloque que se centra en mejorar y lograr un ambiente de negocios saludable entre los países miembros. Ser empresario en un país miembro de la Comunidad Andina de Naciones conlleva varios beneficios:

- Abre los mercados de bienes, servicios, compras públicas e inversiones.
- Mejores condiciones para el comercio a través de nuevas reglas sobre barreras no arancelarias, competencia, transparencia y derechos de propiedad intelectual.
- La Comunidad Andina de Naciones ofrece un entorno más estable y esperanzador para los empresarios con un mecanismo de solución de

controversias bilaterales y un sistema de mediación para las barreras no arancelarias.

- Arreglos y protección para la cooperación en materia de competitividad, innovación, modernización de la producción, facilitación del comercio y transferencia de tecnología.
- Un amplio capítulo sobre comercio y desarrollo sostenible con compromisos destinados a garantizar altos niveles de protección laboral y ambiental, que incluye un sistema de arbitraje transparente y procedimientos para colaborar con la sociedad civil.

### **Oportunidades y beneficios del Ecuador y Bolivia como países miembros de la CAN Comunidad Andina de Naciones.**

La CAN (Comunidad Andina de Naciones) tiene como objetivo alcanzar un desarrollo integral, más equilibrado y autónomo, mediante la integración andina, suramericana y latinoamericana, a través de: (CAN, 2017)

#### **Objetivos de la CAN:**

- Promover el desarrollo armónico y equilibrado de sus Países Miembros.
- Acelerar su crecimiento por medio de la integración y la cooperación económica y social
- Facilitar la participación de los países andinos en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano.
- Procurar el mejoramiento persistente en el nivel de vida de los habitantes de la Subregión.

#### **Beneficios de sus países miembros:**

- Consolidación de un área de libre comercio.
- Establecimiento de principios y normas para la liberación del comercio de servicios.
- Establecimiento de normativa común en materias vinculadas al comercio.

#### **Proceso integrado de aduanas:**

- **Nomenclatura Arancelaria:** la nomenclatura común NANDINA facilita la identificación y clasificación de las mercancías, las estadísticas de comercio exterior y otras medidas de política comercial de la Comunidad Andina relacionadas con la importación y exportación de mercancías.
- **Regímenes Aduaneros:** permiten la armonización de los procedimientos y formalidades exigibles en el ingreso y salida de las mercancías y medios de transporte, así como en la destinación aduanera de las mercancías a un régimen u operación aduanera, habiéndose adoptado a nivel andino el **Documento Único Aduanero – DUA**.
- **Arancel Integrado Andino (ARIAN):** permite recoger, validar e incorporar a una base de datos toda la información y normativa que generan los órganos de decisión de la Comunidad Andina, mediante las aperturas, en los casos en que sea necesario, de las Subdivisiones de la Nomenclatura Común Andina (NANDINA), para designar las mercancías que sean objeto de reglamentaciones específicas.
- **Valoración Aduanera:** las normas andinas de valoración permiten a los Países Miembros, contar con una normativa común para la determinación de la Base Imponible de los Derechos de Aduana e Impuestos aplicables en la importación de mercancías, contando para ello con una **Declaración**

**Andina de Valor – DAV** la cual brinda información sobre la transacción comercial.

- **Tránsito Aduanero Comunitario:** vienen aplicando desde enero de 2006, la decisión 617 modificada por decisión 636, sobre Tránsito Aduanero Comunitario, régimen aduanero que permite trasladar bajo una misma operación, mercancías desde la Aduana de un País Miembro a la Aduana de otro País Miembro, en el curso del cual cruzan una o varias fronteras de los Países Miembros.

## **2.9 Negociación**

### **2.9.1 Incoterms 2020**

Los INCOTERMS 2020 son términos de aceptación voluntaria entre comprador y vendedor en el comercio internacional, debes conocerlos para realizar unas buenas prácticas en tus operaciones de tránsito de mercancías. Empecemos por su definición rigurosa: Los INCOTERMS son un conjunto de términos de tres letras que regulan las responsabilidades de las empresas en los contratos de compraventa de mercancías. Más concretamente describen los siguientes aspectos, ayudando a la interpretación de los contratos de compraventa y evitando malos entendidos entre las partes: (Shipping & Solutions, 2019)

- En qué momento y lugar se produce la transferencia de riesgos sobre la mercancía, del vendedor al comprador.
- El lugar de entrega de la mercancía
- Quién contrata y paga los gastos de transporte y seguro.
- Qué documentación tiene que tramitar cada una de las partes.

## 2.9.2 Incoterms con el que trabaja la empresa

CONSTRUDEC trabaja con el Incoterms FOB: Free On Board o Franco a bordo.

(Shipping & Solutions, 2019)



Imagen 7 FOB Free On Board  
Fuente: Shipping & Solutions JCV

- Significa que la empresa vendedora entrega la mercancía a bordo del buque designado por la compradora, en el puerto de embarque designado.
- El riesgo se transmite cuando la mercancía está sobre el buque, debiendo asumir los costes y riesgos de manipulación de la mercancía para subirla a bordo por parte de la naviera.
- El despacho de aduanas de exportación será por cuenta del vendedor.

### FOB en la práctica

FOB es una buena opción en transportes marítimos, si no se controlan bien los contratos de fletamento marítimo, dado que nos obliga a despachar de aduana (y nos permite tener un justificante de factura sin IVA en caso de que el destino de la mercancía sea un tercer país), aunque nos obliga a asumir gastos de manipulación portuaria que podemos no conocer en el momento de firmar el contrato.

Otro motivo para desaconsejar FOB, es a que podemos tener dificultades a la hora de obtener un BL (Conocimiento de embarque) que es un documento necesario cuando el medio de pago es un crédito documentario.

Por estas razones, si el embarque es mediante contenedor marítimo, la recomendación será utilizar FCA puerto de embarque, evitando dificultades con la documentación y teniendo un mayor control sobre los costes.

### **2.9.3 Seguro de transporte**

Es un contrato mediante el que una compañía aseguradora, a cambio de un precio (prima), se obliga a pagar una indemnización a un asegurado (beneficiario) en el caso de que durante el transporte de la mercancía se produzca alguno de los riesgos que se cubren. El documento en el que se reflejan las condiciones de ese contrato se denomina póliza. En las compraventas internacionales, lo que se asegura normalmente es el transporte internacional -lo que se conoce como «de bodega a bodega». En el transporte interior no es habitual asegurar la carga, excepto si es muy valiosa (por ejemplo, maquinaria). En cualquier caso, excepto en el transporte marítimo, siempre hay un seguro que suscribe el transportista, aunque la cuantía de dicho seguro está limitada por los convenios internacionales para cada tipo de transporte y, normalmente, no cubre el valor de la mercancía. En un seguro de transporte pueden distinguirse cuatro intervinientes:

- Asegurador: es la compañía aseguradora.
- Tomador: el que contrata el seguro.
- Asegurado: el que asume el riesgo.
- Beneficiario: el que cobra la indemnización.

En el seguro de transporte internacional el tomador, el asegurado y el beneficiario puede ser la misma persona o tres personas diferentes según el Incoterm que se pacte. Asimismo, el tomador, es decir quién contrata el seguro, puede ser el vendedor, el comprador o el transportista de cualquiera de los dos. El documento sobre el que se asegura cada operación es el Certificado de Seguro de Transporte. (Negotiatorx, 2020)

#### 2.9.4 Forma de pago

La elección del método de pago que se vaya a emplear se ve influenciada por el nivel de conocimiento que se tenga del comprador extranjero, el tamaño y la continuidad de las operaciones. (Carolina, 2011)

##### **Principales medios de pagos internacionales:**

- **Pago anticipado:** Consiste en que el importador, antes del embarque, sitúa en el lugar del exportador el monto de la compra venta. Esta forma de pago representa muchos riesgos para el comprador; quien queda totalmente a merced de la buena fe del vendedor, quien ocasionalmente y hasta premeditadamente puede demorar el envío de las mercancías o simplemente en el peor de los casos no hacerlo.
- **Pago Directo:** Medio utilizado por la empresa CONSTRUDEEC con la República de China. Cuando el importador genera el pago directamente al exportador y utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago directo son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación. La ventaja es del comprador, quedando el vendedor en absoluta inferioridad, pues debe enviar las mercancías y esperar el pago hasta que estas hayan llegado a destino. En esta modalidad no existen garantías, la intervención de un banco queda limitada ya que facilita el giro bajo instrucciones del cliente.
- **Cobranzas Documentarias:** Se da por el manejo de los bancos, de documentos que pueden ser financieros o comerciales, con el fin de lograr



el cobro y la aprobación de documentos financieros. El exportador entrega sus documentos a un banco para que éste, maneje y entregue los documentos al comprador previo pago y aprobación.

- **Pago a la vista:** El banco que cobra presenta los documentos al comprador, quien hace el pago y obtiene los documentos para la entrega de la mercancía. Este método es favorable al exportador puesto que, indirectamente, mantiene el control de los documentos hasta que el comprador externo haga el pago.
- **La Carta de Crédito:** o Crédito Documentario, mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que toman las partes que intervienen en la compra-venta internacional. Constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. Este método de pago se considera de bajo riesgo porque el banco exportador tiene la obligación legal de pagar, siempre y cuando se presenten todos los documentos requeridos y se cumplan todos los términos estipulados en el contrato.

## **2.10 Clasificación arancelaria**

### **2.10.1 Definición**

La clasificación arancelaria es un proceso que consiste en asignar un código numérico creado por la Organización Mundial de Aduanas (WCO por sus siglas en inglés) a las mercancías. Su objetivo es identificar las mercancías que se importan y exportan para fijar impuestos, obligaciones y derechos. (CORE, 2019)

Si te dedicas a la importación y/o exportación probablemente estás familiarizado con la clasificación arancelaria. Esta clasificación internacional deriva del Sistema Armonizado (SA) y, según la WCO, tiene beneficios como:

Facilitar el intercambio comercial y de información.

- Armonizar la descripción, clasificación y codificación de mercancías.
- Ayudar a definir aranceles aduaneros.
- Recopilar estadísticas de comercio exterior.
- Establecer impuestos internos, políticas comerciales, reglas de origen, tarifas de flete, precios, etc.

## 2.11 Partida arancelaria del producto

Según la Nomenclatura de Designación y Codificación de Mercancías del Ecuador (COMEX, 2017, p. 234) en el Capítulo 69 “Productos cerámicos”, se identifica en la Tabla 5 para la cerámica plana el siguiente código arancelario 6907.22.00.90.

Tabla 5 Partida arancelaria de la cerámica plana

Código	Descripción de la Mercancía	UF	Tarifa arancelaria
<b>69.07</b>	<b>Placas y baldosas, de cerámica, para pavimentación o revestimiento; cubos, dados y artículos similares, de cerámica, para mosaicos, incluso con soporte; piezas de acabado de cerámica.</b>		
6907.21.00	- Placas y baldosas, para pavimentación o revestimiento, excepto las de las subpartidas 6907.30 y 6907.40:  - - Con un coeficiente de absorción de agua inferior o igual al 0,5 % en peso:		
6907.21.00.10	- - - Cuya superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm	m <sup>2</sup>	25

6907.21.00.90	- - - Los demás	m <sup>2</sup>	5 + USD 0.14/Kg
6907.22.00	- - Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 %, en peso:		
6907.22.00.10	- - - Cuya superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm	m <sup>2</sup>	25
<b>6907.22.00.90</b>	<b>- - - Los demás</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b>5 + USD 0.14/Kg</b>
6907.23.00	- - Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso		
6907.23.00.10	- - - Cuya superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm	m <sup>2</sup>	25
6907.23.00.90	- - - Los demás	m <sup>2</sup>	5 + USD 0.14/Kg
6907.30.00	- Cubos, dados y artículos similares para mosaicos, excepto los de la subpartida 6907.40		
6907.30.00.10	- - - Cuya superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm	m <sup>2</sup>	25
6907.30.00.90	- - - Los demás	m <sup>2</sup>	5 + USD 0.14/Kg
6907.40.00	- Piezas de acabado		
6907.40.00.10	- - - Cuya superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm	m <sup>2</sup>	25
6907.40.00.90	- - - Los demás	m <sup>2</sup>	5 + USD 0.14/Kg

---

Fuente: (COMEX, 2017, p. 236)

Elaborado por: Melendrez & Robalino

## 2.12 Logística

Es la parte de la cadena de suministros que planifica, implementa y controla el flujo efectivo y eficiente; el almacenamiento de artículos y servicios y la información

relacionada desde un punto de origen hasta un punto de destino con el objetivo de satisfacer a los clientes. Por esta razón, la logística se convierte en uno de los factores más importantes de la competitividad, ya que puede decidir el éxito o el fracaso de la comercialización de un producto. (Castellanos, 2017)

### **2.12.1 Logística internacional**

Logística comercial internacional como el estudio que determina y gestiona los flujos de materiales, la producción y la distribución con los flujos de información, con el fin de adecuar la oferta de la empresa a la demanda del mercado en condiciones óptimas de calidad. (Castellanos, 2017)

### **2.12.2 Logística empresarial**

Logística Empresarial es una forma de dirigir los procesos productivos bajo la óptica de que las partes fundamentales del proceso deben estar fusionadas, integradas armónicamente, como única vía de lograr un adecuado nivel de servicio al cliente al menor costo posible, sin ocasionar daños al medio ambiente y con una alta flexibilidad. (Alcívar & Sánchez, 2016)

### **2.12.3 Cadena logística**

La cadena logística se basa en la planificación y control de los bienes que se envían a los clientes, en la cantidad adecuada, con la calidad perfecta y el tiempo concretado. Dentro de la cadena logística se organiza el transporte necesario para realizar los envíos, el mantenimiento y control de la flota, el almacenamiento y organización de la mercancía que está vendida, los inventarios o se estudia la forma en que la oferta y la demanda actuarán en un futuro a medio/largo plazo. Su objetivo máximo es la entrega de los productos producidos en la fábrica hasta el cliente final. (RETOS en Supply Chain, 2016)

#### 2.12.4 Transporte internacional desde la República de China

Las importaciones de mercancías para su traslado desde China hasta Ecuador se negocian por medio del transporte Marítimo, modo de transporte más empleado en el mundo, que permite transportar mayor volumen de mercancías internacionales, debido a esto CONSTRUDEC utiliza este tipo de transporte para sus importaciones.

La tabla 6 muestra información referente al transporte marítimo.

Tabla 6 Transporte internacional desde China a Ecuador

<b>Puerto de Embarque:</b>	Xiamen - China	<b>Cajas Totales:</b>	1680
<b>Puerto de Destino:</b>	Guayaquil - Ecuador	<b>Peso Neto:</b>	48.132 kgs
<b>Contenedores:</b>	2 x 20ft	<b>Peso Bruto:</b>	48.720 kgs.
<b>Modalidad:</b>	FCL/FCL	<b>Total m2:</b>	2419.20
<b>Pallets Totales:</b>	42	<b>Tránsito:</b>	30 -45 días aprox.

Fuente información departamento contable CONSTRUDEC

Elaborado por: Melendrez & Robalino

#### 2.12.5 Transporte internacional desde Bolivia

Las importaciones de mercancías para su traslado desde Bolivia hasta Ecuador se negocian por medio del transporte multimodal; donde se aplica, transporte terrestre desde Cochabamba – Bolivia hasta Arica – Chile (tiempo aproximado de 2 días), este rubro por concepto de transporte terrestre estará cubierto en el valor FOB de la mercancía a negociar; llegada la carga a puerto de Arica, transporte marítimo hasta el puerto de Guayaquil este último corre por cuenta del importador.

Tabla 7 Transporte internacional desde Bolivia a Ecuador

<b>Puerto de Embarque:</b>	Arica – Chile	<b>Cajas Totales:</b>	1680
<b>Puerto de Destino:</b>	Guayaquil - Ecuador	<b>Peso Neto:</b>	48.132 kgs
<b>Contenedores:</b>	2 x 20ft	<b>Peso Bruto:</b>	48.720 kgs.
<b>Modalidad:</b>	FCL/FCL	<b>Total m2:</b>	2419.20
<b>Pallets Totales:</b>	42	<b>Tránsito:</b>	25 - 30 días aprox.

Fuente información departamento contable CONSTRUDEC

Elaborado por: Melendrez & Robalino

## **2.13 Proceso de importación**

### **2.13.1 ¿Qué es una Importación?**

Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN al que se haya sido declarado. (SEANE, 2017)

### **2.13.2 Pasos previos a la importación**

Los pasos previos a realizar una importación desde cualquier país hacia las ciudades del Ecuador, son: (SEANE, 2017)

- Obtención del Certificado Digital: para firma electrónica (Token), que se realiza a través del Banco Central del Ecuador ([www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)).
- Instalación del Ecuapass: la descarga del software se realiza ingresando a la web [www.aduana.gob.ec/sennae-browser-descargas/](http://www.aduana.gob.ec/sennae-browser-descargas/).
- Registro de importador en el sistema informático aduanero: toda persona natural o jurídica debe realizar el proceso en el Ecuapass.
- Conocer restricciones de productos a importar: para conocer si el producto a importar tiene prohibiciones y/o limitación de ingreso al Ecuador. Para conocer si determinado producto está sujeto a restricciones o es considerado de prohibida importación, se visita la página web del organismo regulador de Comercio Exterior en el Ecuador, COMEX: <http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/>. En el caso de que cuente con la subpartida específica del producto a importar, realice la consulta de la misma en el Arancel Nacional, utilice para el efecto el siguiente link: [http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt\\_server/ipt\\_flex/ipt\\_arancel.jsp](http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt_server/ipt_flex/ipt_arancel.jsp)

- Trámites de desaduanización de mercancías: cumplir con el proceso de documental para legalizar el ingreso de el o los productos, con la asesoría de un Agente de Aduanas.



Imagen 8 Pasos previos de importación

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

### 2.13.3 Registro de importador

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá: (SEANE, 2017)

#### Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

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

#### Paso 2

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

- Actualizar base de datos.
- Crear usuario y contraseña.
- Aceptar las políticas de uso.

- Registrar firma electrónica

#### **2.13.4 Requisitos previos a la importación**

##### **2.13.4.1 Proceso de Desaduanización.**

Para realizar los trámites de desaduanización de mercancías es necesario la asesoría y el servicio de un Agente acreditado por el SENA (SEANE, 2017). El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en la siguiente ruta: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec) > Servicios para OCE's > **Agentes de Aduana**.

La Declaración Aduanera de Importación (DAI) deberá ser transmitida por un proveedor de Software o en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, en un período no superior a quince días calendario previo a la llegada del medio de transporte, y hasta treinta días calendarios siguientes a la fecha de su arribo; de no cumplirse en ese plazo, la mercancías estarán inmersas en una de las causales del abandono tácito, según lo estipula el literal a) del artículo 142 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

De acuerdo al tipo de mercancía a importar, se deberán adjuntar los siguientes documentos a la DAI:



- **Documentos de acompañamiento**

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que, denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. (Art. 72 del Reglamento al Libro V del Copci). (SEANE, 2017)

- **Documentos de soporte**

Constituirán la base de la información de la DAI a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 del Reglamento al Libro V del Copci). (SEANE, 2017)

- Documento de Transporte
- Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial
- Certificado de Origen (cuando proceda)
- Documentos que el SENA E o el Organismo regulador de Comercio Exterior considere necesarios.

Transmitida la DAI, el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador le otorgará un número de validación (Refrendo) y el canal de aforo que corresponda.

#### **2.13.4.2 Certificados de calidad**

Las baldosas cerámicas, previamente a la importación, nacionalización y comercialización del producto nacional o importado deben cumplir con el Certificado de Conformidad aplicado con el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 033 (2R)

“BALDOSAS CERÁMICAS” y, Certificado AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación) aplicado sobre las normas ISO 9001. (Calidad, 2018)

#### **2.13.4.3 Aforos**

Para el despacho de las mercancías que requieran Declaración Aduanera, se utilizará cualquiera de las siguientes modalidades de aforo: (SEANE, 2017)

- Canal de Aforo Automático;
- Canal de Aforo Automático No Intrusivo;
- Canal de Aforo Documental; o
- Canal de Aforo Físico Intrusivo.

La selección de la modalidad de aforo se realizará de acuerdo al análisis de perfiles de riesgo implementado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En el caso de mercancías perecederas y animales vivos u otras mercancías autorizadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en virtud de su naturaleza, tendrán prioridad en su reconocimiento físico, de ser el caso.

Cuando las mercancías deban someterse a un control por otras autoridades que incluya el reconocimiento físico de estas, las autoridades aduaneras procurarán que los controles se realicen de forma coordinada.

En cualquier etapa del proceso del control aduanero, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá realizar inspecciones de la mercancía a través de un sistema tecnológico de escaneo con rayos X o similares, inclusive indistintamente de la modalidad de despacho al que esta fuere sometida.

#### **2.13.4.4 Tributos para productos importados**

Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado. (Fustillos, 2015)

En el caso de que cuente con la subpartida específica del producto a importar, realice la consulta de la misma en el Arancel Nacional, utilice para el efecto el siguiente link: <http://ecuapass.aduana.gob.ec/>

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

Estos son:

- **AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías):** son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación).
- **FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia):** se aplica el 0.5% sobre la base imponible de la importación.
- **ICE (Impuesto a los Consumos Especiales):** porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen. (Consulte en la página del SRI: [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec), link: Impuestos)
- **IVA (Impuesto al Valor Agregado):** corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE.

## **2.14 Costos por importación**

Para determinar el costo total de importación de China y Bolivia se ha considerado una cotización requerida a proveedores del exterior, corresponde a una futura importación de 53.360 Kgs de cerámica plana (en diversas presentaciones) por un valor de US\$8,690.69 más costos de flete y seguro se calculará la base imponible y determinar los tributos al comercio exterior a cancelar para legalizar o desaduanizar la IMPORTACIÓN.

## 2.14.1 COSTOS Y GASTOS de importación desde China

La tabla 8 evidencia el consolidado de los costos y gastos a cancelar para la desaduanización de una importación realizada desde China a Ecuador; las tablas, desde la tabla 9 hasta la tabla 11, detallan los costos por mercancía adquirida, costos por tributos al comercio exterior y, los gastos de importación respectivamente.

Tabla 8 Costos y Gastos de importación desde China

<b>Liquidaciones</b>	<b>Valor</b>
Liquidación Costos de la mercancía	\$ 23,468.72
Liquidación Tributos Comercio Exterior	\$ 8,029.26
Liquidación Gastos de Importación	\$ 4,822.74
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>\$ 36,320.72</b>

Fuente cotización realizada a proveedor de China

Elaborado por: Melendrez & Robalino

Tabla 9 Liquidación Costos de la mercancía

<b>Importación desde China</b>	<b>Valores</b>
<i>Número Contenedores</i>	2
<i>Peso Neto (Kgs)</i>	48,132.00
Metros Cuadrados Totales	2,419.20
FOB	\$ 9,072.00
Transporte Internacional	\$ 14,306.00
Seguro	\$ 90.72
<b>Base Imponible</b>	<b>\$ 23,468.72</b>

Fuente cotización realizada a proveedor de China

Elaborado por: Melendrez & Robalino

Tabla 10 Liquidación Tributos Comercio Exterior

<b>Partida Arancelaria</b>		<b>6907220090</b>		
<b>Tributos al Comercio Exterior</b>	<b>Cargo</b>	<b>Liquidación</b>	<b>Liberación</b>	<b>Valor a Pagar</b>
Ad- Valorem	5%	\$ 1,173.44	-	\$ 1,173.44
Ad-Específico (Kgs. Neto)	\$ 0.14	\$ 6,738.48	-	\$ 6,738.48
Fodinfra	0.5%	\$ 117.34	-	\$ 117.34
IVA	12%	\$ 3,779.76	-	\$ 3,779.76
		<b>Subtotal Sin IVA</b>		<b>\$ 8,029.26</b>
		<b>Subtotal Con IVA</b>		<b>\$ 11,809.02</b>

Fuente cotización realizada a proveedor de China

Elaborado por: Melendrez & Robalino

Tabla 11 Liquidación Gastos Importación China

<b>Detalle</b>	<b>Parcial</b>	<b>Total</b>
Gastos Locales	\$ 562.00	\$ 1,124.00
Estiba	\$ 210.00	\$ 420.00
Envío de Cont. Vacíos	\$ 39.00	\$ 78.00
Certificaciones (AENOR/INEM)	-	\$ 1,650.00
Almacenaje	\$ 178.17	\$ 356.34
Flete Interno	\$ 180.00	\$ 360.00
ISD (5%)	-	\$ 453.60
AAA	-	\$ 380.80
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>\$ 4,822.74</b>

Fuente cotización realizada a proveedor de China

Elaborado por: Melendrez & Robalino

## 2.14.2 COSTOS Y GASTOS de importación desde Bolivia

La tabla 12 evidencia el consolidado de los costos y gastos a cancelar para la desaduanización de una importación realizada desde Bolivia a Ecuador; las tablas, desde la tabla 13 hasta la tabla 15, detallan los costos por mercancía adquirida, costos por tributos al comercio exterior y, los gastos de importación.

Tabla 12 Costos y Gastos de importación desde Bolivia

<b>Liquidaciones</b>	<b>Valor</b>
Liquidación Costos de la mercancía	\$ 12,786.58
Liquidación Tributos Comercio Exterior	\$ 63.93
Liquidación Gastos de Importación	\$ 3,486.27
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>\$ 16,336.78</b>

Fuente cotización realizada a proveedor de Bolivia – CERÁMICA COBOCE

Elaborado por: Melendrez & Robalino

Tabla 13 Liquidación Costos de la mercancía

<b>Importación desde Bolivia</b>	<b>Valores</b>
Número Contenedores	2
Peso Neto (Kgs)	48,132.00
Metros Cuadrados Totales	2,419.20
FOB	\$ 10,402.56
Transporte Internacional	\$ 2,279.99
Seguro	\$ 104.03
<b>Base Imponible</b>	<b>\$ 12,786.58</b>

Fuente cotización realizada a proveedor de Bolivia – CERÁMICA COBOCE

Elaborado por: Melendrez & Robalino

Tabla 14 Liquidación Tributos Comercio Exterior

<b>Partida Arancelaria</b>		<b>6907220090</b>		
<b>Tributos al Comercio Exterior</b>	<b>Cargo</b>	<b>Liquidación</b>	<b>Liberación</b>	<b>Valor a Pagar</b>
Ad- Valorem	5%	\$ 639.33	\$ 639.33	\$ -
Ad-Específico (Kgs. Neto)	\$ 0.14	\$ -	\$ -	\$ -
Fodinfra	0.5%	\$ 63.93	\$ -	\$ 63.93
IVA	12%	\$ 1,618.78	\$ 76.72	\$ 1,542.06
<b>Subtotal Sin IVA</b>				<b>\$ 63.93</b>
<b>Subtotal Con IVA</b>				<b>\$ 1,605.99</b>

Fuente cotización realizada a proveedor de Bolivia – CERÁMICA COBOCE

Elaborado por: Melendrez & Robalino

Tabla 15 Liquidación Gastos Importación Bolivia

<b>Gastos de importación</b>	<b>Parcial</b>	<b>Total</b>
Gastos Locales	\$ 562.00	\$ 1,124.00
Estiba	\$ 210.00	\$ 420.00
Envío de Cont. Vacíos	\$ 39.00	\$ 78.00
Certificaciones (AENOR/INEM)	-	\$ 247.00
Almacenaje	\$ 178.17	\$ 356.34
Flete Interno	\$ 180.00	\$ 360.00
ISD (5%)	-	\$ 520.13
AAA	-	\$ 380.80
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>\$ 3,486.27</b>

Fuente cotización realizada a proveedor de Bolivia – CERÁMICA COBOCE

Elaborado por: Melendrez & Robalino

## 2.15 Marco Conceptual.

**AAP:** Acuerdos de Alcance Parcial, se refieren a concesiones otorgadas, rebajas de aranceles de productos de ciertos miembros de un Tratado o Convención y, no cubre a todos los miembros activos, sino a través de requerimiento de adhesión.

**ACE:** Los Acuerdos de Complementación Económica a través de sus países miembros tienen como objetivo el aprovechamiento de las preferencias otorgadas entre afiliados; es antesala, de la constitución de una ZLC (Zona Libre de Comercio).

**Acuerdo Comercial:** Contrato realizado en un grupo de países con beneficios y ventajas mutuas que buscan la mejora de un intercambio comercial, entre otras finalidades.

**Ad Valorem:** Porcentaje que se le calcula al valor en aduanas y dependerá de cada partida arancelaria contenidas en el arancel nacional y que se paga por la importación de una mercancía.

**Aforo:** Es el proceso de imposición tributaria realizada por el órgano de gestión y control SENA, determinado vía electrónica, física y/o documental sobre la carga y documentos de legalización y nacionalización de la importación.

**ALADI:** Asociación Latinoamericana de Integración instituida en el año 1980, siendo el mayor grupo de integración latinoamericana tiene como objetivo lograr mercado común latinoamericano aplicando 3 mecanismos: preferencias arancelarias, y acuerdos de carácter regional y parcial.

**Antidumping:** Es una ley que protege el comercio internacional contra proveedores extranjeros que aplican precios inferiores a los de su país de origen.

**Aranceles de importación:** O, Ad-Valorem (Arancel Cobrado a las Mercancías) es el tributo (porcentaje) gravado al tipo de producto y/o mercancía, determinado por las leyes del país de destino. La Base Imponible es igual al Costo del Producto + Costo del Seguro + Costos del Transporte Internacional.

**Balanza Comercial:** Es la medición del intercambio internacional de bienes, es decir la importación y exportación de mercancía; forma parte, de la balanza de pagos. El superávit ( $X > M$ ) y déficit ( $X < M$ ) en la Balanza de Pagos se determina por la diferencia entre el Exportaciones (X) menos Importaciones (M).

**Bill of Lading BL:** Documento que muestra y garantiza confirmación de traslado marítimo de una mercancía.

**CAN:** Comunidad Andina de Naciones organismo que asocia cuatro países Bolivia, Ecuador, Perú y Venezuela; tienen como objetivo, la integración de andina de estos países a través de ventajas comerciales para mejorar el buen vivir y desarrollo humano sostenible y equitativo en Latinoamérica.

**Carta porte:** Documento que muestra y garantiza confirmación de traslado terrestre de una mercancía.

**Cerámica plana:** Es un producto conocido técnicamente como baldosa prensada en seco, se utiliza principalmente para el revestimiento de pisos y paredes en todo tipo de edificaciones. Con una amplia diversidad de diseños y calidad, impulsan el comercio internacional.

**Certificado de origen:** escrito que muestra el territorio origen de fabricación de un bien, sirve para obtener beneficios de liberaciones arancelarias si el país de fabricación y el país de destino de la carga tiene acuerdos comerciales vigentes.

**Competencia desleal:** Cuando una contienda por clientela se sale de ciertas pautas que incluso el desarrollo de esta actividad puede llegar a ser ilícita en ciertos casos.

**Costos de importación:** Es el precio de importación que se paga por un producto (bien o servicio) que se adquiere a proveedores del exterior. A este costo se debe agregar los valores adicionales de transporte interno, desaduanización, entre otros.

**Cotización:** Es la comunicación documental (física o digital) del costo total de el o los productos, bienes o servicios prestados, que integrarán una futura negociación; en comercio internacional, se incluirán los rubros correspondientes a importación o exportación.



**EFTA (European Free Trade Association):** En español es la Asociación Europea de Libre Comercio, integrada por los siguientes países: Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.

**Embalaje:** Proceso mediante el cual los productos (bienes o mercancías) son aseguradas en forma individual o agrupada, que da inicio a la gestión de la cadena logística.

**Empaque:** Contenedor de formas diversas que mantiene los productos (bienes o mercancías) en condiciones óptimas para transporte, distribución y almacenamiento.

**Factura comercial:** Documento legal y autorizado girado por un vendedor a un comprador donde se muestra el valor comercial de un bien, así como los términos de la venta.

**Flete:** Valor de alquiler de espacio en una embarcación, avión o transporte terrestre.

**FODINFA:** Monto en beneficio de la niñez, grava el 0,5% del valor en aduanas en el proceso de desaduanización de las mercancías.

**Gastos de importación:** Son todos aquellos gastos que se realizan al momento de hacer la importación al país de destino, se debe contratar una agencia o agente aduanero la cual se encarga del cálculo y declaración.

**Incoterms:** Términos de aplicación en el comercio internacional, tienen como fin el control de los gastos y mitigación de los riesgos identificados en el proceso de importación y exportación.

**Mercado Común del Sur (MERCOSUR):** Organismo que integra regionalmente a cuatro países de América Latina como son: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela y Bolivia, en ese orden. Constituida en 1991 su objetivo es propiciar el desarrollo comercial internacional de sus países miembros.

**Seguros:** Póliza que detalla formal y expresamente el alcance de corresponsabilidad del asegurador por pérdidas o deterioro de alguna mercancía mediante el pago de una prima por parte del dueño de esa mercancía.

**Producción:** Proceso productivo mediante el cual se obtienen el producto, bien o prestación de servicio, a través de la combinación y transformación de insumos (materias primas o industrializadas), aplicando los factores de capital y trabajo.

**Régimen Aduanero:** Son las leyes y reglamentos emitidos por el organismo de control aduanero, aplicable a los productos (bienes o mercancías) que integran el proceso de importación y exportación.

**Transporte Internacional:** Servicio integral de movimiento de productos (bienes o mercancías) de un puerto de destino a un puerto de origen.

## **2.16 Marco Legal**

El desarrollo de la investigación está respaldado en las siguientes normas legales de las cuales se hace referencia, así:

### **2.16.1 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.**

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en su registro oficial 351, artículo 72, literal “s” se refiere de la siguiente manera al proceso de importaciones en el Ecuador “El Estado deberá promover las importaciones para las

empresas nacionales y extranjeras en un ambiente responsable”. (COPCI, 2010, pp. 29, 30).

De acuerdo a lo que establece este código, nuevamente se involucra al Estado para garantizar un ambiente de responsabilidad en el proceso de importación, es muy importante desarrollar este tipo de actividades responsablemente ya que de esto depende mantener buenas relaciones comerciales.

Del mismo modo este código en otros de sus artículos estipula lo siguiente.

“Art. 81.- Procedimientos. - El estado promoverá el sistema electrónico de interconexión entre todas las instituciones del sector público y privado, que tengan relación con el comercio exterior para facilitar y agilizar las operaciones de importación de mercaderías, el que se ejecutará por parte de la autoridad aduanera nacional”. (COPCI, 2010, p. 32).

Art. 110.- Base imponible. - La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las mercancías importadas. El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera. El costo del seguro formará parte del valor en aduana, pero la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible a la declaración aduanera. (COPCI, 2010, p. 40)

Cuando la base imponible de los derechos arancelarios no pueda determinarse, conforme al valor de transacción de las mercancías importadas, se determinará de acuerdo a los métodos secundarios de valoración previstos en las normas que regulen el valor en aduana de mercancías.

Para el cálculo de la base imponible, los valores expresados en moneda extranjera, serán convertidos a la moneda de uso legal, al tipo de cambio vigente a la fecha de la presentación de la declaración aduanera.

Art. 138.- De la declaración aduanera. → La declaración aduanera será presentada conforme los procedimientos establecidos por la Directora o el Director General.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá autorizar el desaduanamiento directo de las mercancías en los casos previstos en el reglamento a este Código, previo cumplimiento de los requisitos en él establecidos, y de acuerdo a las disposiciones emitidas por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En estos casos la declaración aduanera se podrá presentar luego del levante de las mercancías en la forma que establezca el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (COPCI, 2010, p. 47)

Se exceptúa de la presentación de la declaración aduanera a las importaciones y exportaciones calificadas como material bélico realizadas exclusivamente por las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá establecer, reglamentar y eliminar, las declaraciones aduaneras simplificadas, cuando así lo requieran las condiciones del comercio, para cuya aplicación se podrán reducir o modificar formalidades, para dar una mayor agilidad.

### **2.16.2 Instituto Ecuatoriano de Normalización – Reglamento Técnico Ecuatoriano.**

De acuerdo a este reglamento se debe tener en consideración los siguientes aspectos mencionados en el Acuerdo Ministerial N° 11256.

“La cerámica y porcelanato al ser uno de los productos que se utilizan en el sector de la construcción se ha visto perjudicado puesto que también se le exige cumplir con un estricto control técnico de calidad, ya que ésta en una de las condiciones que debe poseer el producto para poder nacionalizarse por parte de los fabricantes e importadores de baldosas, cerámicas y porcelanato que se comercializan en el país” (Ecuadoriano, 2011).

Esta base legal se complementa mediante una modificación realizada en el mismo reglamento, de acuerdo a lo que se indica a continuación.

“Los fabricantes e importadores deberán demostrar su cumplimiento de calidad, a través de la presentación del certificado de conformidad de producto, el certificado debe ser emitido por un laboratorio acreditado por la OAE (Organismo de Acreditación Ecuatoriana), el documento demuestra el lote de los productos consignados en el embarque o que vayan a ser importados. Al ser productos importados cuentan con altas normas de calidad” (Reglamento Técnico Ecuatoriano, RO N° 214, modificado año 2014).

### **2.16.3 Código Orgánico Integral Penal**

Art. 299.- Defraudación aduanera. - La persona que perjudique a la administración aduanera en las recaudaciones de tributos, sobre mercancías cuya cuantía sea superior a ciento cincuenta salarios básicos unificados del trabajador en general, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años y multa de hasta diez veces el valor de los tributos que se pretendió evadir, si realiza cualesquiera de los siguientes actos: (COIP, 2014, pp. 46 - 47)

1. Importe o exporte mercancías con documentos falsos o adulterados para cambiar el valor, calidad, cantidad, peso, especie, antigüedad, origen u otras características como marcas, códigos, series, modelos; en el presente caso el

ejercicio de la acción penal no depende de cuestiones prejudiciales cuya decisión competa al fuero civil.

2. Simule una operación de comercio exterior con la finalidad de obtener un incentivo o beneficio económico total o parcial o de cualquier otra índole.
3. No declare la cantidad correcta de mercancías.
4. Oculte dentro de mercancías declaradas otras mercancías sujetas a declaración.
5. Obtenga indebidamente la liberación o reducción de tributos al comercio exterior en mercancías que según la Ley no cumplan con los requisitos para gozar de tales beneficios.
6. Induzca, por cualquier medio, al error a la administración aduanera en la devolución condicionada de tributos.
7. Sobrevalorar o subvalorar, por cualquier medio, el valor de las mercancías.

Art. 301.- Contrabando. - La persona que, para evadir el control y vigilancia aduanera sobre mercancías cuya cuantía sea igual o superior a diez salarios básicos unificados del trabajador en general, realice uno o más de los siguientes actos, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años, multa de hasta tres veces el valor en aduana de la mercancía objeto del delito, cuando: (COIP, 2014, p. 47)

1. Ingrese o extraiga clandestinamente mercancías del territorio aduanero.
2. Movilice mercancías extranjeras dentro de la zona secundaria sin el documento que acredite la legal tenencia de las mismas, siempre y cuando no pueda justificarse el origen lícito de dichas mercancías dentro de las setenta y dos horas posteriores al descubrimiento.
3. Cargue o descargue de un medio de transporte mercancías no manifestadas, siempre que se realice sin el control de las autoridades competentes.

4. Interne al territorio nacional mercancías de una Zona Especial de Desarrollo Económico o sujeta a un régimen especial, sin el cumplimiento de los requisitos establecidos en la legislación correspondiente.
5. Desembarque, descargue o lance en tierra, mar o en otro medio de transporte, mercancías extranjeras antes de someterse al control aduanero, salvo los casos de arribo forzoso.
6. Oculte por cualquier mecanismo mercancías extranjeras en naves, aeronaves, vehículos de transporte o unidades de carga, sin que se hayan sometido al control de las autoridades aduaneras.
7. Viole o retire sellos, candados u otras seguridades colocadas en los medios de transporte, unidades de carga, recintos o locales habilitados como depósitos temporales, siempre que se determine faltante total o parcial de las mercancías.
8. Extraiga mercancías que se encuentren en zona primaria o depósito temporal, sin haber obtenido el levante de las mismas. Los responsables de los depósitos temporales y las autoridades portuarias y aeroportuarias o sus concesionarios serán responsables si permiten por acción u omisión este delito.

#### **2.16.4 Plan Nacional Para El Buen Vivir**

El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores. (Consejo Nacional de Planificación CNP, 2017, p. 5)

En su Objetivo 4 (Consejo Nacional de Planificación CNP, 2017, p. 76) establece, Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización; con respecto a la política comercial, señala que se debe dinamizar los mercados internos; impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial; fortalecer el aparato productivo nacional; garantizar la soberanía alimentaria y energética; impulsar el desarrollo de economías de escala y comercio justo; y evitar prácticas monopólicas y oligopólicas (Constitución del Ecuador, art. 304). Adicionalmente, estipula que el Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables; propiciará las importaciones necesarias y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

Por medio de esta norma, es Estado promueve medidas que permitan garantizar el desarrollo adecuado de los procesos de importación de mercaderías extranjeras hacia el país, con la finalidad de mejorar la matriz productiva, de esta manera todas las empresas o personas naturales del Ecuador que decidan adquirir productos o materia prima del exterior tendrán las garantías necesarias para comercializarlos dentro del territorio nacional.

#### **2.16.5 CAN Comunidad Andina de Naciones, Resolución 1684 de 2014**

La resolución 1684 del 2014 que expidió el pasado mes de mayo la Secretaria General de la Comunidad Andina (SGCA), publicada en la Gaceta Oficial No. 2340, de mayo 28 de 2014, actualiza el reglamento comunitario sobre valoración aduanera contenido en la Decisión 571, derogando las resoluciones 846 y 1486, y dejando sin efecto los artículos 3° y 7° de la resolución 1239, todas ellas relacionadas con la determinación del valor en aduana de las mercancías importadas. Esta norma entraría en vigencia 60 días



después de publicada, para todos los países pertenecientes a la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú). (CAN C. A., 2014)

Art. 1.- Valor en aduana de las mercancías importadas. (CAN C. A., 2014)

1. El valor en aduana de las mercancías importadas es la base imponible para la liquidación de los derechos de aduana ad valorem. Será determinado de conformidad con los métodos y procedimientos del Acuerdo sobre valoración de la OMC, en concordancia con lo establecido en la Decisión 571 y en el presente reglamento.
2. El valor en aduana podrá ser tomado como base gravable para los demás derechos e impuestos a la importación definidos en las normas comunitarias, de conformidad con lo señalado en el presente reglamento y en las respectivas legislaciones nacionales.

ART. 3.- Métodos para determinar el valor en aduana (CAN C. A., 2014). - Los métodos establecidos por el Acuerdo sobre valoración de la OMC a efectos de la determinación del valor en aduana o base imponible para la percepción de los impuestos a la importación son los señalados en el artículo 3° de la Decisión 571, así:

1. Primer método: Valor de transacción de las mercancías importadas.
2. Segundo método: Valor de transacción de mercancías idénticas.
3. Tercer método: Valor de transacción de mercancías similares.
4. Cuarto método: Método del valor deductivo.
5. Quinto método: Método del valor reconstruido.
6. Sexto método: Método del “último recurso”.

La aplicación de los métodos de valoración se realizará estrictamente en el orden sucesivo de su presentación indicado anteriormente conforme a lo señalado en la Nota general del Acuerdo de valoración de la OMC.

El orden de aplicación de los métodos cuarto y quinto indicados en el presente artículo puede ser invertido, si lo solicita el importador y lo acepta la administración aduanera. En este caso, cuando se haya agotado la aplicación del método del valor reconstruido corresponderá aplicar el método del valor deductivo.

Si en aplicación del método del valor reconstruido o del método del valor deductivo cuando la administración aduanera haya aceptado la inversión, no es posible determinar el valor en aduana, base imponible o base gravable, se acudirá al método del último recurso.

#### Artículo 31. Gastos de transporte. (CAN C. A., 2014)

1. Los gastos del transporte, así como los gastos conexos con este transporte desde el lugar de entrega de las mercancías en el exterior hasta el lugar de importación en el territorio aduanero comunitario; incluyen, entre otros:

- a. Adaptación para la exportación.
- b. El acarreo y manipulación en territorio extranjero.
- c. Manejo y entrega de la mercancía hasta el puerto o lugar de embarque.
- d. Los fletes desde el primer lugar de embarque hasta el lugar de importación en el territorio aduanero comunitario.
- e. La carga, descarga y manipulación en puertos extranjeros.
- f. Gastos por el envío de los documentos de transporte.
- g. Gastos por el pago del flete en destino.
- h. Consumo de combustibles.
- i. Gastos de consolidación y desconsolidación y de estiba y desestiba en puerto extranjero.
- j. Gastos de endosos y de comunicaciones.

k. Gastos de sobrestadías por retrasos o demoras en puerto extranjero. Estos gastos forman parte del valor en aduana y deben ser ajustados para la determinación del Valor de Transacción, sin perjuicio de quien los pague a nombre del comprador, de la forma de pago, de que tales pagos se realicen dentro o fuera del territorio aduanero comunitario y antes o después de la importación.

2. Cuando los gastos de transporte estén contenidos en la factura comercial y el importe pactado entre el vendedor y el comprador resulte diferente del que realmente haya pagado el vendedor a un tercero, deben tomarse en cuenta los gastos reales pagados en definitiva por concepto del servicio de transporte y gastos conexos hasta el lugar de importación de conformidad con el documento de transporte. GACETA OFICIAL 28/05/2014 29 de 203 Cuando la factura comercial ampare un gasto de transporte mayor a lo que establece el documento de transporte, la diferencia formará parte del gasto del transporte para el cálculo del valor en aduana de las mercancías, salvo que el importador demuestre que la diferencia fue reembolsada o no va a ser pagada.

3. Si la mercancía ha sufrido varios trayectos antes de su llegada al territorio aduanero comunitario, deberán tenerse en cuenta todos estos gastos para todos los trayectos al momento de determinar el ajuste.

4. También forma parte del valor en aduana como gastos del transporte, el costo o el alquiler de los contenedores, cilindros, tanques o similares que sean utilizables para el transporte de las mercancías, en cuyo caso deberá hacerse el debido prorrateo, cuando proceda, el que debe ser comprobable con datos objetivos y cuantificables.

5. De igual manera, los gastos por el almacenamiento temporal de las mercancías en el puerto de exportación y de tránsito internacional mientras se produce el

transporte, son gastos inherentes al transporte de las mercancías y por lo tanto deben ser ajustados de conformidad con lo dispuesto en el apartado 1 e) del artículo 20 de este Reglamento.

Artículo 32. Costo del seguro. (CAN C. A., 2014)

1. Comprende los costos en que se incurra para cubrir los riesgos de daños o pérdidas de las mercancías durante las operaciones de transporte, carga, descarga y manipulación de la mercancía desde el lugar de entrega en el exterior hasta el lugar de importación.

2. El importe que debe consignarse por el costo del seguro, es el correspondiente a la prima efectivamente pagada por este concepto. En ningún caso se aceptará una declaración de valores teóricos o estimados o que no tengan soporte documental alguno.

3. El documento con el cual se demuestra el costo del seguro es la póliza expedida por la compañía aseguradora o certificado de aplicación de póliza individual.

4. Cuando los costos de seguro estén contenidos en la factura comercial y el importe pactado entre el vendedor y el comprador resulte diferente del que realmente haya pagado el vendedor a un tercero, deben tomarse en cuenta los gastos reales pagados en definitiva por concepto del costo de seguro hasta el lugar de importación de conformidad con la póliza expedida por la compañía aseguradora o certificado de aplicación de póliza individual. Cuando la factura comercial ampare un costo de seguro mayor a lo que establece la póliza de seguro, la diferencia formará parte del costo de seguro para el cálculo del valor en aduana

de las mercancías, salvo que el importador demuestre que la diferencia fue reembolsada o no va a ser pagada.

5. En el caso de las negociaciones comerciales donde el vendedor haya asegurado la mercancía en origen, y que además, el importador contrata otro seguro o mantiene una póliza flotante que cubre el transporte internacional de las mismas mercancías, por distintas o iguales coberturas, se debe declarar como gasto de seguro, el seguro pactado en la negociación y el seguro contratado por el importador.

ART. 34.- Procedimiento para la determinación del valor en aduana provisional por las mercancías importadas (CAN C. A., 2014). - En los casos en los cuales el importador declare un valor provisional podrá retirar las mercancías sí:

1. Presenta los contratos escritos que reflejen y acrediten la situación que impide la determinación definitiva del valor.
2. Registra en la declaración andina de valor, DAV, la circunstancia de la provisionalidad del valor en aduana declarado.
3. Cancela los derechos e impuestos a la importación que correspondan al valor en aduana provisional declarado o garantiza en el caso de regímenes especiales.
4. Constituye garantía, si la legislación nacional de los países miembros así lo establece. Dicha legislación determinará los términos bajo los cuales se constituirá la referida garantía.
5. Indica el plazo que estime conveniente para determinar el valor en aduana definitivo el cual no podrá ser superior a doce (12) meses, contados a partir de la fecha de aceptación de la declaración aduanera de las mercancías importadas.

Dicho plazo solamente será renovable por un periodo máximo de seis (6) meses adicionales y, excepcionalmente, mayor cuando las condiciones del contrato así lo ameriten, previa evaluación y aceptación de la administración aduanera.

6. Cuando el importador tenga conocimiento del valor definitivo deberá informarlo a la autoridad aduanera, dentro del plazo que hubiera estimado. El plazo de vigencia de la garantía, cuando sea exigible según la legislación nacional, se sujeta a lo dispuesto en la misma.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Metodología**

La metodología de investigación es el conjunto coherente y racional de procedimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada y sistemática en la realización de un estudio; esta metodología determinará la forma en que los investigadores recaban, ordenan y analizan los datos obtenidos. (Fundación UNIVERSIA Mx, 2020)

De lo expuesto, se determinará para el presente estudio el tipo de investigación a realizar, logrando otorgar validez y rigor científico a los resultados del estudio.

#### **3.2 Tipo de investigación**

Una vez que hemos reevaluado el planteamiento del problema a raíz de la revisión de la literatura y el investigador lo mantiene, ajusta o modifica, la siguiente etapa en la ruta cuantitativa es visualizar el alcance que tendrá la investigación. Los alcances son cuatro: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. No representan clases o tipos de investigación, ni son mutuamente excluyentes, sino que constituyen puntos entrelazados de un continuo de causalidad, y en la práctica, cualquier estudio puede incluir elementos de uno o más de ellos. (Hernández-Sampieri, 2018, p. 106)

Los alcances definidos para el desarrollo del presente trabajo son: Exploratorio y Explicativo.

### **3.2.1 Investigación exploratoria**

Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y generalmente anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos. Los estudios descriptivos comúnmente son la base de las investigaciones correlacionales, las cuales, a su vez, proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan comprensión del problema y resultan más concluyentes. (Hernández-Sampieri, 2018, p. 106)

Considerando la experiencia en el sector de la construcción en la línea de acabados la empresa CONSTRUDEEC, la gestión de su Gerente Propietario, trayectoria con clientes mayoristas y subdistribuidores, se evaluó sus opiniones con respecto al mercado, precios, calidad, innovación e interés de mejorar sus resultados.

### **3.2.2 Investigación explicativa**

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de fenómenos, conceptos o variables o del establecimiento de relaciones entre estas; están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos de cualquier índole (naturales, sociales, psicológicos, de salud, etc.). Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. (Hernández-Sampieri, 2018, p. 110)

Considerando las oportunidades otorgadas a los países miembros de la CAN Comunidad Andina de Naciones, las normativas sobre comercio exterior administradas por la SENAE, se evaluó los costos y gastos generados en el proceso de importación desde China.



### **3.3 Enfoque de la investigación**

Los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos. (Hernández-Sampieri, 2018)

#### **3.3.1 Enfoque cualitativo**

El término cualitativo tiene su origen en el latín “qualitas”, el cual hace referencia a la naturaleza, carácter y propiedades de los fenómenos. Con el enfoque cualitativo también se estudian fenómenos de manera sistemática. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltar” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisado los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre. (Hernández-Sampieri, 2018)

#### **3.3.2 Enfoque cuantitativo**

El significado original del término cuantitativo (del latín “quantitas”) se vincula a conteos numéricos y métodos matemáticos. Actualmente, representa un conjunto de procesos organizado de manera secuencial para comprobar ciertas suposiciones. Cada fase precede a la siguiente y no podemos eludir pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna etapa. Parte de una idea que se delimita y, una vez acotada, se generan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o perspectiva teórica. (Hernández-Sampieri, 2018)

### **3.3.3 Enfoque mixto**

Los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (denominadas metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández-Sampieri, 2018)

Para el desarrollo del presente trabajo, determinar el efecto en los costos y gastos en la sustitución de la importación desde la República de China, se realizará un enfoque mixto. En el proceso se efectuará los siguientes pasos:

- **Paso 1:** entrevista al Gerente Propietario de la empresa CONSTRUDEC, realizada con preguntas cerradas enfocadas en el objetivo de la investigación.
- **Paso 2:** encuesta a los clientes de la empresa CONSTRUDEC, que tienen una trayectoria y representación en la adquisición de la cerámica plana.

## **3.4 Técnica e instrumentos**

Para el proceso de levantar datos, considerando el enfoque mixto a desarrollar, se aplicará las siguientes técnicas:

### **3.4.1 Entrevista**

La entrevista, una de las técnicas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador. (Vargas, 2012)

Para el desarrollo del presente trabajo se aplicó la entrevista al Gerente Propietario de la empresa CONSTRUDEC, conocer las expectativas que tiene con respecto a la importación de cerámica plana desde Bolivia y que impacto puede generar en los resultados de la organización; el formato de entrevista, se podrá revisar en el Anexo 9.

Así mismo, se entrevistó al Agente de Aduanas de la empresa CONSTRUDEC con la finalidad de conocer las ventajas y desventajas del proceso operativo y de costos de la importación y desaduanización de la cerámica plana desde los mercados de la República de China y de Bolivia hasta Ecuador; el formato de entrevista, se podrá revisar en el Anexo 10.

### **3.4.2 Encuesta**

La investigación por encuesta proviene del contexto de la investigación cuantitativa. Aunque puede recopilar información cualitativa, lo que caracteriza a la investigación por encuestas es su intención de describir, analizar y establecer las relaciones entre variables en poblaciones o grupos particulares, generalmente de cierta extensión. En otras palabras, la investigación por encuesta es propicia cuando se quiere obtener un conocimiento de colectivos o clases de sujetos, instituciones o fenómenos. (Yuni, 2014)

Para el desarrollo del presente trabajo se aplicará la encuesta a los clientes potenciales mayoristas y subdistribuidores de la empresa CONSTRUDEC, debido que ellos ven impactados sus organizaciones con un nuevo producto, calidad y precio competitivo; el formato de encuesta, se podrá revisar en el Anexo 11.

### 3.5 Población y muestra

La población es el colectivo que abarca a todos los elementos cuya característica o características queremos estudiar; dicho de otra manera, es el conjunto entero al que se desea describir o del que se necesita establecer conclusiones. (Salazar & Castillo, 2018)

La muestra es un conjunto de elementos seleccionados de una población de acuerdo a un plan de acción previamente establecido (muestreo), para obtener conclusiones que pueden ser extensivas hacia toda la población. (Salazar & Castillo, 2018)

Tabla 16 Población y muestra

<b>Población</b>	<b>Muestra</b>	<b>Técnica</b>
Gerente Propietario de la empresa CONSTRUDEC	1 persona(s)	Entrevista
Agente Afianzador de Aduanas de la empresa CONSTRUDEC	1 persona(s)	Entrevista
Clientes mayoristas y subdistribuidores de la empresa CONSTRUDEC	75 persona(s)	Encuesta

Elaborador por: Melendrez & Robalino

### **3.6 Análisis de resultados a las entrevistas y encuesta.**

#### **3.6.1 Estudio de la entrevista al Gerente – Propietario de la empresa**

##### **CONSTRUDEC**

#### **1. Describa la actividad económica de la empresa CONSTRUDEC.**

La actividad de la empresa CONSTRUDEC es la Importación y Comercialización de la línea de acabados de la construcción, principalmente en productos de cerámica plana y sanitarios en general, al por mayor y menor. Está ubicada en un sector estratégico comercial del centro de la ciudad de Guayaquil, Ave. Quito y Clemente Ballén; entregando al cliente consumidor final, mayorista y subdistribuidor, productos diversos, de calidad y bajo precios.

#### **2. Detalle la línea de productos locales y del exterior que comercializa la empresa CONSTRUDEC.**

En la línea de productos locales comercializamos cerámica, juegos de baño.

En la línea de productos importados: granito, sanitarios, espacato, piedra pizarra, cerámica plana, porcelanato, mosaicos, entre otros productos.

#### **3. ¿Cuál es la experiencia que tiene la empresa CONSTRUDEC en el proceso de importación de sus líneas de productos en acabados de la construcción?**

La empresa CONSTRUDEC gracias a las importaciones que realiza le permite ser competitivo en el mercado en cuanto a la calidad y precios de sus productos.

#### **4. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que ha identificado la empresa CONSTRUDEC dentro del sector importador constructor?**

**Ventajas:** variedad de productos, costos bajos y calidad.

**Desventajas:** problemas en el volumen de compras (cupos), tiempos de fabricación y altos costes de transporte.

- 5. Comente la experiencia con el mercado de la República de China al importar sus productos de acabados de construcción, principalmente en lo referente a la cerámica plana: costos, calidad, embalaje, diversidad de modelos, entre otros aspectos importantes.**

Una gratificante experiencia en cuanto a precio y variedad de modelos que marcan tendencias a nivel local y mundial.

- 6. ¿Cuáles son los costos que genera una importación desde la República de China hasta Ecuador, la desaduanización del producto y posterior almacenaje en bodegas de la empresa CONSTRUDEC?**

Se considera un costo adicional del 60% del valor FOB, para calcular el valor del producto final.

- 7. ¿Los proveedores de la República de China cumplen con todas las especificaciones contractuales y comerciales con respecto al producto importado?**

Si cumplen con las normas vigentes para el ingreso a nuestro país y su futura comercialización.

- 8. Describa la visión que tiene para los próximos 5 años sobre las relaciones de negociación, comerciales y de comercio exterior con sus proveedores de la República China, con respecto a la cerámica plana que importa al Ecuador.**

Debido a los inconvenientes de la pandemia COVID-19 los costos por transporte se han encarecido; debido a esto, a 5 años los productos no serán competitivos en el Ecuador. Sin embargo, no dejaría de seguir comprando hasta no encontrar un proveedor que satisfaga el mercado en precio, calidad y diversidad.

**9. ¿A considerado para mejorar los resultados en su organización, abrir la posibilidad de importar la cerámica plana desde otros mercados sustitutos al de la República de China y, qué mercados ha pensado?**

Por supuesto, el mercado europeo ofrece una gran variedad de productos y se busca la posibilidad de concretar futuras importaciones o, en mercados de América con ventajas competitivas.

**10. Considera una oportunidad para la optimización de costos y gastos, precio, calidad y diseño el realizar la importación proveniente desde Bolivia.**

Claro, así la empresa CONSTRUDEC sería más competitiva en el mercado de la cerámica plana.

**11. Estaría dispuesto, de obtener mejores resultados, a importar desde Bolivia si dentro de este proyecto se evidencia una considerable y rentable optimización en cada uno de los costos y gastos incurridos en la importación.**

Por supuesto que sí; considerando, que los productos sean competitivos con respecto a mis actuales proveedores.

### **Estudio de la entrevista al Gerente – Propietario**

En base al resultado de la entrevista se establece que CONSTRUDEC es una empresa cuya actividad es la importación y comercialización de acabados de construcción

en el mercado ecuatoriano; sus productos importados, provienen principalmente de la República de China logrando incorporar en el sector productos diversos, de calidad y con precios accesibles y proco competitivos.

La relación sostenida con sus proveedores de la República de China hasta la fecha del trabajo es buena, con descuentos y crédito factibles que ayudan a mantener y sostener sus transacciones comerciales. A pesar de esto, la empresa CONSTRUDEC, visualiza una disminución con su par comercial, debido a los altos costos de transporte e impuesto de desaduanización, engorrosos trámites documentales y tiempo de transportación.

Sin embargo, la empresa CONSTRUDEC tiene apertura para importar desde nuevos mercados, República de Bolivia, con tiempos y costos de transporte mejorados, amplia diversidad de productos, calidad y costos competitivos.



### **3.6.2 Análisis de resultados de la entrevista al Agente Afianzado de Aduanas de la empresa CONSTRUDEC**

#### **1. Describa el proceso operativo y de costos de la importación y desaduanización de cerámica plana desde Shanghái - República de China a Guayaquil – Ecuador, incluya hasta las bodegas de CONSTRUDEC.**

El producto que se va a importa es CERÁMICA PLANA DESDE CHINA. Para la importación de este producto debemos conocer primero que requisitos se exigen para la importación:

- Partida arancelaria 6907220090 5% (de arancel)
  - 0.14 US\$/Peso Neto (arancel específico)
  - 0.50% FODINFA
  - 12% IVA
  - Restricción: requiere INEN

Sabiendo que nuestra importación tiene restricción por INEN, lo primero es conocer si el proveedor tiene todos los requisitos exigidos por la entidad INEN, para que el mismo sea otorgado y se puede hacer el embarque sin ningún problema, con lo cual continuamos con la compra.

Los pasos son:

- Solicitamos una cotización del producto al proveedor en china
- El proveedor nos envía la factura proforma con todos los detalles y las condiciones de venta

- Aceptados los términos de venta y detalle del producto pedimos la orden de despacho, y el anticipamos 30% del pago o crédito según las condiciones de venta.
- Cuando la mercadería ya esté lista según el tiempo establecido tendremos que enviar el saldo del pago para que preparen el embarque y los documentos como son la factura comercial, lista de empaque y el conocimiento de embarque
- Con los documentos emitidos y enviados por Courier a destinatario, esperamos la mercadería que llegue al puerto de destino que podrían ser unos 30 a 45 días según el trayecto del viaje.
- Unos días antes de la fecha de llegada del buque que trae la mercadería debemos contactarnos con la naviera para confirmar el arribo y todos los detalles de los pagos a realizarse.
- Confirmada la llegada por parte de la SENAE con la asignación del manifiesto de carga MRN, debemos tener listo los documentos que nos van ser como requisitos de acompañamiento a la desaduanización de la mercadería.
- Declaración de importación al ECUAPASS, para esto primero debemos estar al día sin deudas en el SRI para que el sistema pueda validar la declaración aduanera, que con los documentos exigidos como son, la factura comercial, Packing List, Certificado INEN, y B/L la declaración quede aceptada y con los tributos como son 5% de arancel, 0.14 US\$ por kilo neto de arancel específico, 0.50% de FODINFA, y 12% de IVA se emita en la liquidación de impuestos respectivo, tiempo de proceso unas cuantas horas
- Luego según el tipo de aforo que se le haya asignado a la declaración de la importación va a depender el tiempo de retiro de mercadería, cuando el aforo es

automático es inmediato aquí no interviene ningún funcionario en el aforo, si es documental la revisión es de los documentos puede tardar 1 día, cuando es aforo físico o rayo-x si no existe ningún inconveniente o novedad será mínimo 2 días.

- Una vez que tengamos la salida autorizada por parte de la aduana según sea el tipo de aforo, programaremos coordinar la salida de la mercadería.
- Una vez que ya tengamos la salida por parte de la aduana, y la carta de salida por parte de naviera o consolidadora, facturaremos los valores por almacenaje en la almacenera en la cual haya llegado puede ser CONTECON, INARPI, NAPORTEC, FERTIZA, esta facturación y retiro lo podemos hacer el mismo día,
- Una vez facturado y retirado de los patios de las almaceneras transportamos en camiones hasta la bodega del consignatario.

**2. Considera que el actual proceso de desaduanización de las importaciones desde la República de China hasta las bodegas de la empresa CONSTRUDEC cumple con requerimientos de tiempos y calidad del importador.**

Sabemos que importar de china conlleva tiempo por distancia y logística ya que es un país fabricante y vende a todos los países, pero con el conocimiento y la experiencia de importar muchos años hacemos que el proceso de importación este en los tiempos programados y sin contratiempos. Así mismo que la calidad del producto sea el más óptimo para los consumidores.

**3. En caso que la empresa CONSTRUDEC proyecte realizar importación desde Bolivia hasta Guayaquil – Ecuador, detalle el proceso operativo y de costos de la importación y desaduanización.**

El producto que se va a importa es CERÁMICA PLANA DESDE BOLIVIA. Para la importación de este producto debemos conocer primero que requisitos se exigen para la importación:

- Partida arancelaria 6907220090 0% (de arancel)
  - 0% Usd/peso neto (arancel específico)
  - 0.50% FODINFA
  - 12% IVA
  - Restricción: Requiere INEN

Sabiendo que nuestra importación tiene restricción por INEN, lo primero es conocer si el proveedor tiene todos los requisitos exigidos por la entidad INEN, para que el mismo sea otorgado y se puede hacer el embarque sin ningún problema, con lo cual continuamos con la compra.

Los pasos son:

- Solicitamos una cotización del producto al proveedor en BOLIVIA
- El proveedor nos envía la factura proforma con todos los detalles y las condiciones de venta
- Aceptados los términos de venta y detalle del producto pedimos la orden de despacho, y el anticipamos 30% del pago o crédito según las condiciones de venta.
- Cuando la mercadería ya esté lista según el tiempo establecido tendremos que enviar el saldo del pago para que preparen el embarque y los documentos

como son la factura comercial, lista de empaque y el conocimiento de embarque y CERTIFICADO DE ORIGEN.

- Con los documentos emitidos y enviados por Courier a destinatario, esperamos la mercadería que llegue al puerto de destino que podrían ser unos 20 días según el trayecto del viaje.
- Unos días antes de la fecha de llegada del buque que trae la mercadería debemos contactarnos con la naviera para confirmar el arribo y todos los detalles de los pagos a realizarse.
- Confirmada la llegada por parte de la SENA E con la asignación del manifiesto de carga MRN, debemos tener listo los documentos que nos van ser como requisitos de acompañamiento a la desaduanización de la mercadería.
- Declaración de importación al ECUAPASS, para esto primero debemos estar al día sin deudas en el SRI para que el sistema pueda validar la declaración aduanera, que con los documentos exigidos como son, la factura comercial, Packing List, Certificado INEN, y B/L y Certificado de Origen, la declaración quede aceptada y con los tributos como son 0% de arancel, 0.00 US\$ por kilo neto de arancel específico, 0.50% de FODINFA, y 12% de IVA se emita en la liquidación de impuestos respectivo, tiempo de proceso unas cuantas horas.
- Luego según el tipo de aforo que se le haya asignado a la declaración de la importación va a depender el tiempo de retiro de mercadería, cuando el aforo es automático es inmediato aquí no interviene ningún funcionario en el aforo, si es documental la revisión es de los documentos puede tardar 1 día, cuando es aforo físico o rayo-x si no existe ningún inconvenientes o novedades serán mínimo 2 días

- Una vez que tengamos la salida autorizada por parte de la aduana según sea el tipo de aforo, programaremos coordinar la salida de la mercadería
- Una vez que ya tengamos la salida por parte de la aduana, y la carta de salida por parte de naviera o consolidadora, facturaremos los valores por almacenaje en la almacenera en la cual haya llegado puede ser CONTECON, INARPI, NAPORTEC, FERTIZA, esta facturación y retiro lo podemos hacer el mismo día,
- Una vez facturado y retirado de los patios de las almaceneras transportamos en camiones hasta la bodega del consignatario

**4. Consideraría que el proceso de desaduanización de probables y futuras importaciones desde Bolivia hasta las bodegas de la empresa CONSTRUDEC cumplirían con requerimientos de tiempos y calidad del importador.**

Importar desde Bolivia significaría que se puede tener en menor tiempo por la ubicación y trayecto como también ofrecer una gama de cerámica de buena calidad

**5. Conoce y considera que los países miembros de la CAN Comunidad Andina de Naciones, tienen ventajas en los procesos de comercio exterior de bienes y servicios.**

Los países asociados de la Comunidad Andina tienen establecidos un tratado de Libre Comercio que benefician a todos sus integrantes, en las importaciones hay preferencias arancelarias del 100% para productos que sean producidos y originarios de cada nación.

**6. Describa las ventajas y desventajas entre los procesos de importación y desaduanización de cerámica plana desde: República de China y Bolivia.**

## **República de China**

- **Ventajas:**
  - Variedad de productos.
  - Descuento o crédito en compras.
  
- **Desventajas:**
  - Distancia y tiempo de embarque.
  - Impuestos altos en destino.
  - Dificultad en obtener algún requisito.
  - Flete más alto.

## **República de Bolivia**

- **Ventajas:**
  - Variedad de productos.
  - Descuento o crédito en compras.
  - Distancia y tiempo más corto de embarque.
  - Liberación de aranceles.
  - Flete con menor costo.
  - Facilidad en la obtención de requisitos.
  
- **Desventajas:**
  - No se identifican.

En cuanto a la desaduanización de las importaciones provenientes de China y Bolivia estas cumplen los mismos procedimientos desde que llegan hasta que se retiran desde las almaceneras a las bodegas de los consignatarios.

### **Análisis de la entrevista al Agente Afianzador de Aduanas**

La información obtenida de la entrevista desarrolla en forma independiente los procesos de importación de las Repúblicas de China y Bolivia, sus ventajas y desventajas, así como las oportunidades identificadas y vigentes para los países miembros de la CAN Comunidad Andina.

Se evidencia una alta posibilidad de poder mejorar y optimizar los costos de los productos importados de acabos de construcción hacia el Ecuador por parte de la empresa CONSTRUDEC.



### 3.6.3 Análisis de la encuesta a clientes mayoristas y subdistribuidores de la empresa CONSTRUDEC.

**Pregunta 1:** ¿Usted qué tipo de cliente es para la empresa CONSTRUDEC?

Tabla 17 Tipo de cliente

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Subdistribuidor	32	42.67%
Mayorista	29	38.67%
Consumidor final	14	18.67%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de CONSTRUDEC

Elaborado por: Melendrez & Robalino

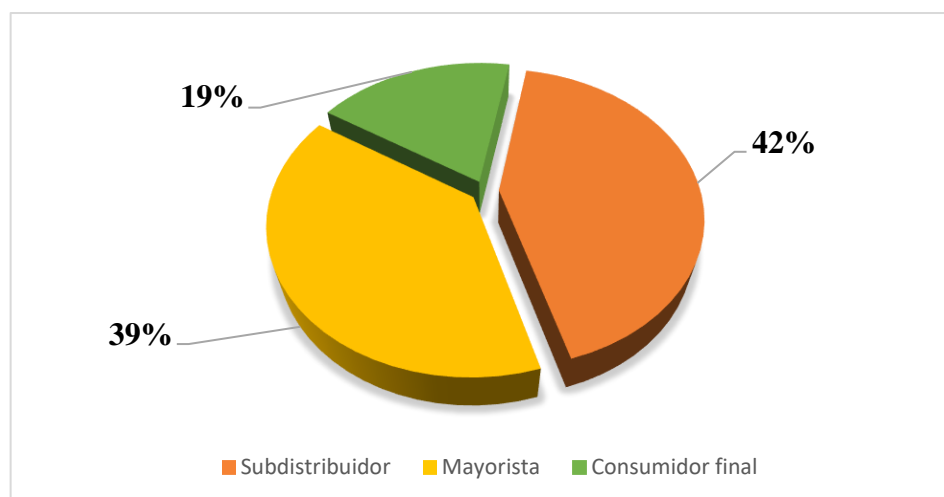


Imagen 9 Gráfico Tipo de cliente

Elaborado por: Melendrez & Robalino

#### Análisis:

Para analizar los resultados de la encuesta, es importante conocer el tipo de clientes que tiene CONSTRUDEC. De acuerdo a los resultados los principales clientes son del tipo Subdistribuidor con un 42,67% y, Mayoristas con un 38,7%; entendiéndose como Subdistribuidor aquel cliente que tiene exclusividad de precio y mercado y, mayorista que tiene ventaja de precio y no de mercado. Estos contribuyen a aumentar la presencia de la empresa en el sector de la construcción local, regional y nacional.

**Pregunta 2:** ¿Hace que tiempo es cliente de la empresa CONSTRUDEEC?

Tabla 18 Tiempo de ser cliente en CONSTRUDEEC

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 5 años	42	56.00%
De 5 a 10 años	32	42.67%
Más de 11 años	1	1.33%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de CONSTRUDEEC

Elaborado por: Melendrez & Robalino

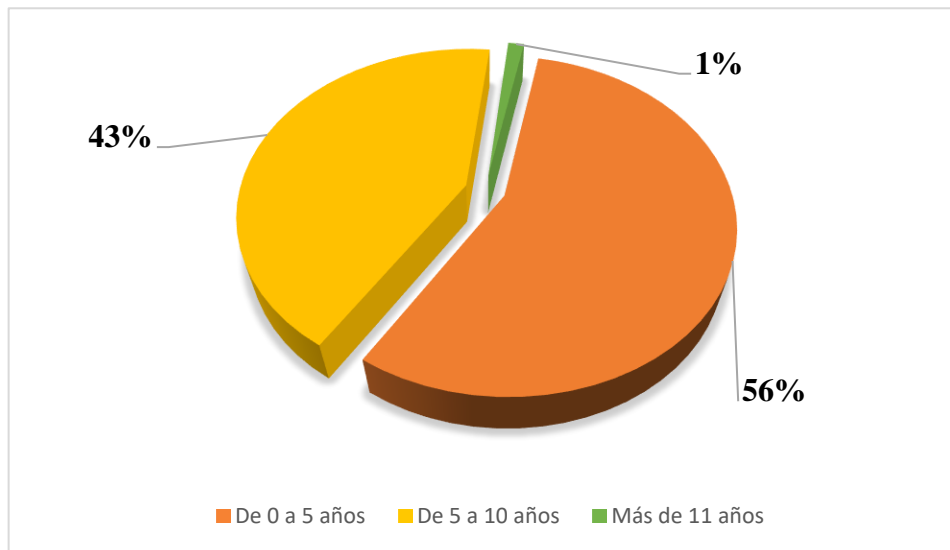


Imagen 10 Gráfico Tiempo de ser cliente en CONSTRUDEEC

Elaborado por: Melendrez & Robalino

**Análisis:**

Los encuestados, clientes de CONSTRUDEEC, responde el tiempo que llevan comprando en la empresa; de la muestra, el 56% son clientes cuyo tiempo de compra esta entre 0 a 5 años y, el 42,67% desde 5 a 10 años. La información ayuda a determinar, que los clientes mantienen una leal relación comercial, logrando afianzarse en el tiempo.

**Pregunta 3:** ¿Con que frecuencia compra los productos de la empresa CONSTRUDEC?

Tabla 19 Frecuencia de compra de productos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
De 4 a 6 veces por mes	33	44.00%
De 6 a 8 veces por mes	23	30.67%
Más de 8 veces por mes	19	25.33%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de CONSTRUDEC

Elaborado por: Melendrez & Robalino

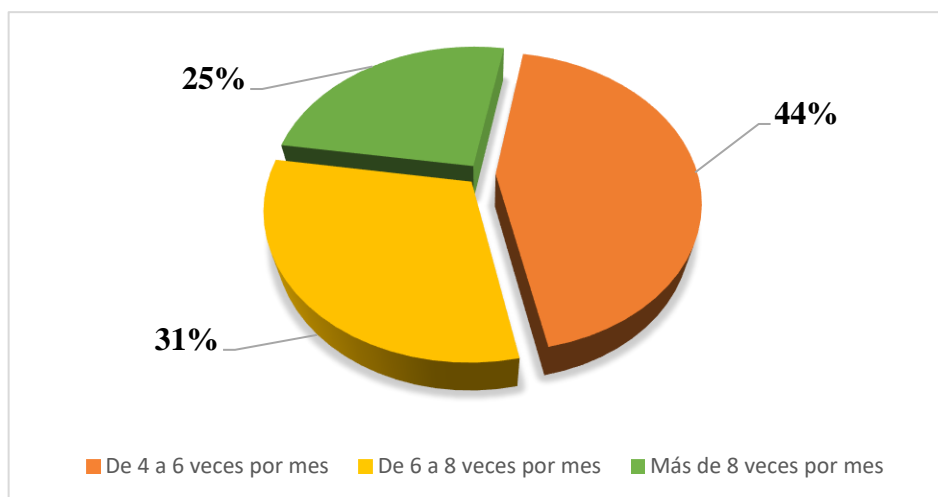


Imagen 11 Gráfico Frecuencia de compra de productos

Elaborado por: Melendrez & Robalino

**Análisis:**

Siendo clientes subdistribuidores y mayoristas, es de importancia conocer la frecuencia de compra, información relevante que ayudará a la empresa CONSTRUDEC a tomar decisiones para un probable cambio de origen de importaciones y variedad de productos. De acuerdo a los resultados de la encuesta los clientes, en un 44% compran de 4 a 6 veces por mes, en 30,67% de 6 hasta 8 veces al mes y el 25,33% más de 8 veces al mes.

**Pregunta 4:** ¿Está usted satisfecho con la calidad y precio de los productos adquiridos a la empresa CONSTRUDEEC?

Tabla 20 Nivel de satisfacción del cliente sobre la calidad y precio de los productos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	98.67%
No	1	1.33%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de CONSTRUDEEC

Elaborado por: Melendrez & Robalino

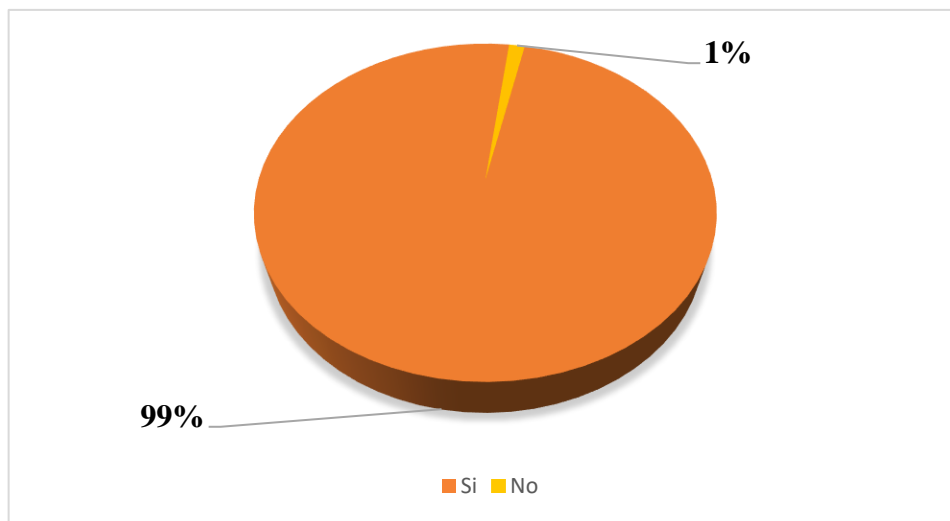


Imagen 12 Nivel de satisfacción del cliente sobre la calidad y precio de los productos  
Elaborado por: Melendrez & Robalino

#### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados de la gráfica, el 98,67% de los clientes subdistribuidores y mayoristas están conforme con la calidad y precio de los productos comprados a la empresa CONSTRUDEEC.

**Pregunta 5:** ¿Considera que los productos entregados por CONSTRUDEEC son diseños diversos e innovadores?

Tabla 21 CONSTRUDEEC comercializa productos diversos e innovadores

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	100.00%
No	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de CONSTRUDEEC

Elaborado por: Melendrez & Robalino

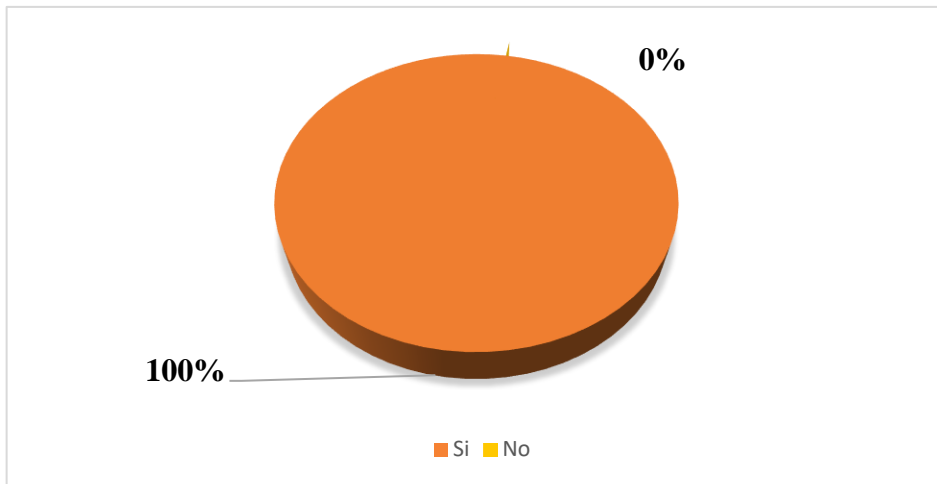


Imagen 13 Gráfico CONSTRUDEEC comercializa productos diversos e innovadores

Elaborado por: Melendrez & Robalino

### **Análisis:**

Para conocer la percepción sobre la diversidad e innovación de los productos vendidos por la empresa CONSTRUDEEC; los clientes encuestados respondieron, como se evidencia en la Tabla 13, que el 100% consideran que su proveedor tiene productos diversos, innovadores y, competitivos.

**Pregunta 6:** ¿Ha tenido reclamos o devoluciones por parte de sus clientes por productos de mala calidad comprados a la empresa CONSTRUDEEC?

Tabla 22 Reclamos y devoluciones por productos adquiridos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	1.33%
No	74	98.67%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de CONSTRUDEEC

Elaborado por los autores

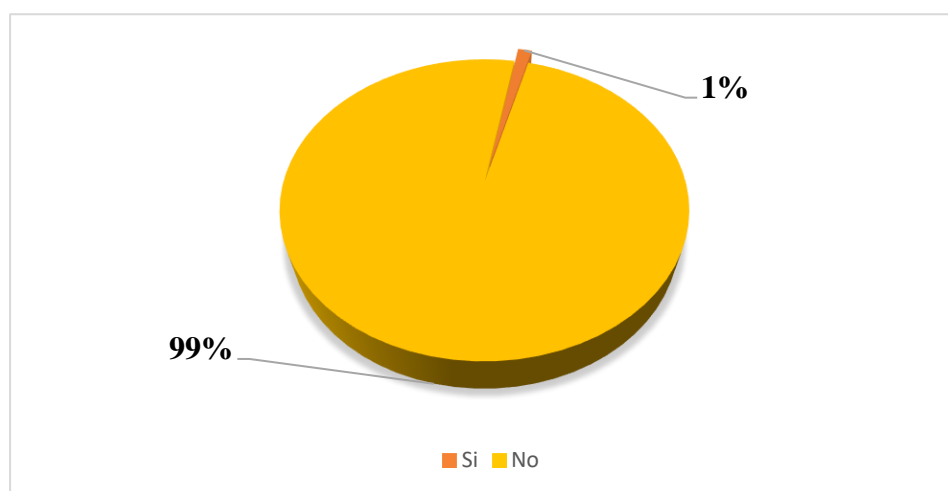


Imagen 14 Gráfico Reclamos y devoluciones por productos adquiridos  
Elaborado por: Melendrez & Robalino

### **Análisis:**

Siendo los clientes subdistribuidores y mayoristas sus transacciones comerciales son al consumidor final, clientes que se benefician con el producto en diversidad, precio y calidad, es importante conocer si han tenido reclamos o devoluciones de los productos distribuidos. De acuerdo al gráfico, los clientes determinan en un 98,67% que los productos adquiridos están a satisfacción de sus clientes finales.

**Pregunta 7:** ¿Usted tiene conocimiento del país origen o procedencia de los productos importados por la empresa CONSTRUDEEC?

Tabla 23 Clientes: Procedencia de productos importado

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	56	74.67%
No	15	20.00%
Tal vez	4	5.33%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de CONSTRUDEEC

Elaborado por los autores

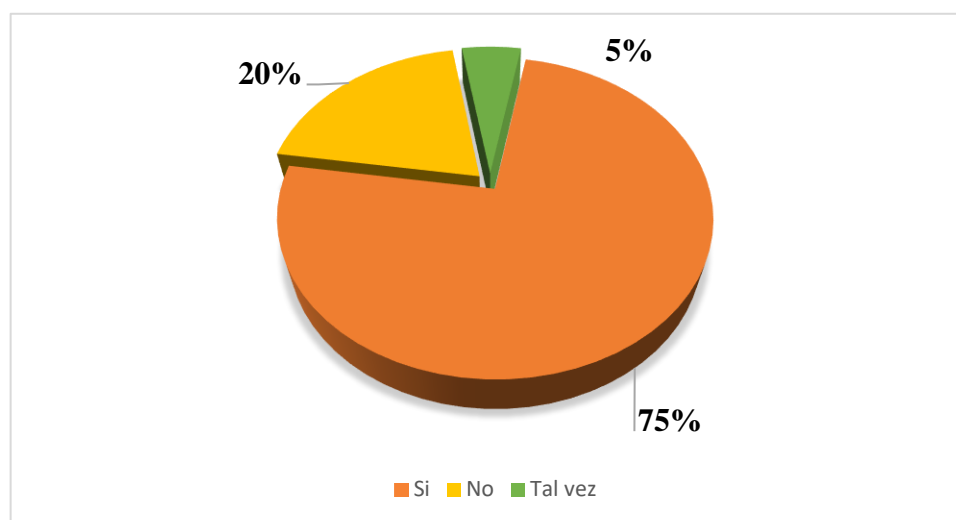


Imagen 15 Gráfico Conocimiento de país de origen  
Elaborado por: Melendrez & Robalino

### **Análisis:**

De acuerdo al gráfico (Imagen 15) se puede evidencia que los clientes subdistribuidores y mayoristas tienen conocimiento de la procedencia de los productos adquiridos a CONSTRUDEEC. La relevancia de la información ayuda en el estudio a conocer el nivel de lealtad y compromiso comercial entre cliente – vendedor.

**Pregunta 8:** ¿Considera usted que la empresa CONSTRUDEC debe ampliar su gama o diversidad de diseños de los productos importados en cerámica plana?

Tabla 24 Ampliar gama de productos en cerámica plana

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	71	94.67%
No	4	5.33%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de CONSTRUDEC

Elaborado por los autores

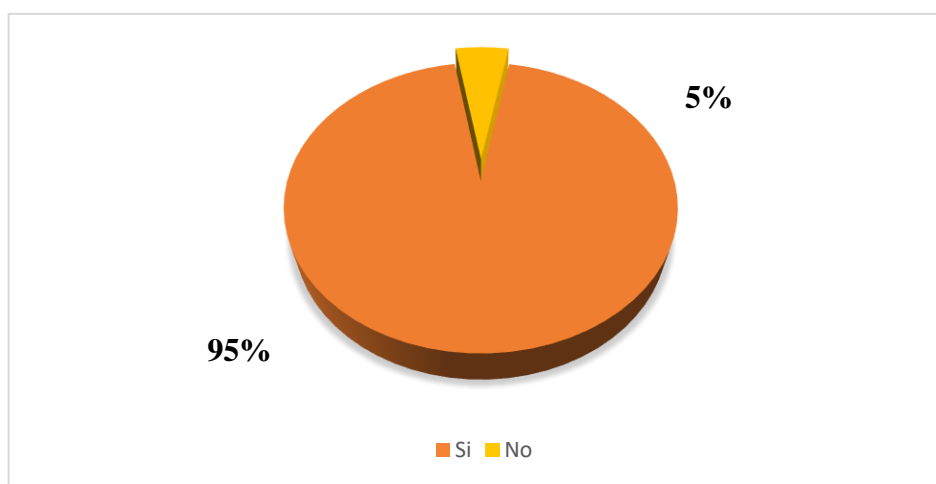


Imagen 16 Gráfico Ampliar gama de productos en cerámica plana  
Elaborado por: Melendrez & Robalino

### **Análisis:**

Al conocer de los clientes su opinión sobre si la empresa CONSTRUDEC debe considerar ampliar su gama de productos; de acuerdo al gráfico (imagen 16), el 95% de los clientes consideran que si debe ampliarlo y, el 5% no.



**Pregunta 9:** ¿Considera usted que la empresa CONSTRUDEC debe optimizar los precios de la cerámica plana, mejorando la rentabilidad de los negocios de sus clientes?

Tabla 25 Optimizar precios de la cerámica

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	72	96.00%
Tal vez	3	4.00%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de CONSTRUDEC

Elaborado por los autores

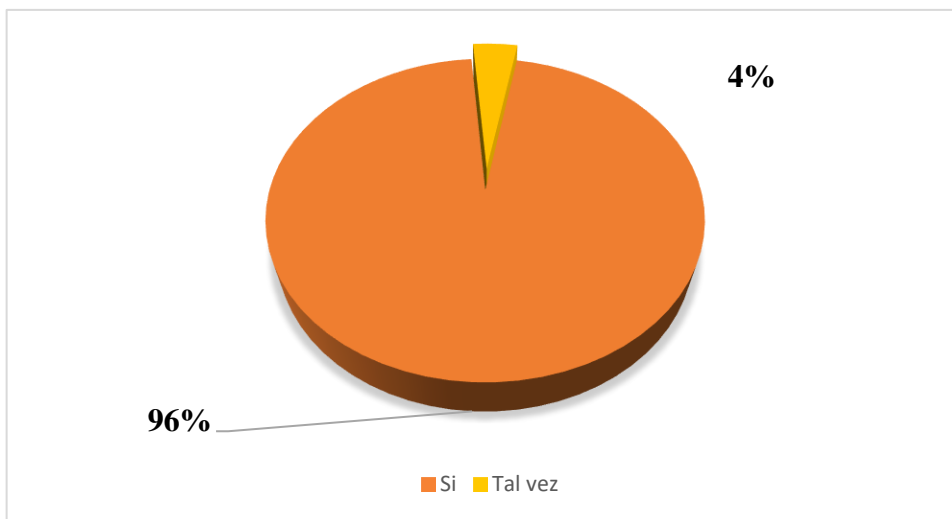


Imagen 17 Gráfico Optimizar precios de la cerámica  
Elaborado por: Melendrez & Robalino

### **Análisis:**

La percepción de los clientes subdistribuidores y mayoristas con respecto a esta pregunta es alta, el 96% de ellos considera de importancia que la empresa CONSTRUDEC logre optimizar los precios de los productos que ellos distribuyen a sus clientes, beneficiarios finales.

**Pregunta 10:** ¿Estaría usted dispuesto a comprar los productos de la empresa CONSTRUDEC si el país de origen o procedencia es Bolivia?

Tabla 26 Disposición de adquirir productos desde Bolivia

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	98.67%
No	0	0.00%
Tal vez	1	1.33%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de CONSTRUDEC  
Elaborado por los autores

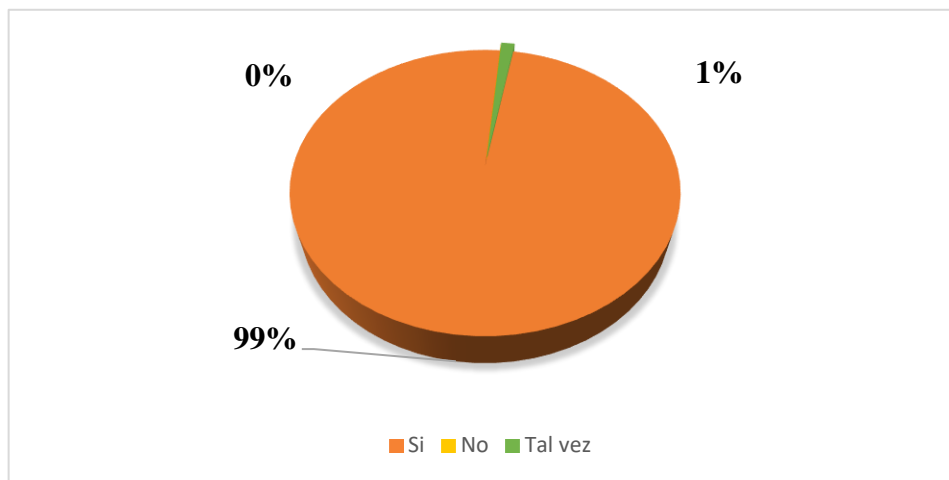


Imagen 18 Gráfico Disposición de adquirir productos desde Bolivia  
Elaborado por: Melendrez & Robalino

### Análisis:

La relevancia de esta pregunta implica conocer de los clientes su predisposición a adquirir productos importados distintos de la República de China; de acuerdo al gráfico (imagen 18), los clientes apuestan en un 99% a seguir comprando los productos de la empresa CONSTRUDEC si su procedencia es de Bolivia.

**Análisis general de los resultados de la encuesta realizada a los clientes mayorista y subdistribuidores de la empresa CONSTRUDEC.**

En la recepción de las respuestas por parte de los 75 clientes encuestados, pertenecientes a la muestra establecida, se realizó el proceso de tabulación, gráfico, análisis e interpretación individual y, de esta forma lograr una mejor comprensión.

De acuerdo a la información, se establecen las siguientes conclusiones:

- Los clientes seleccionados son subdistribuidores y mayoristas, en su mayor proporción tienen una antigüedad en compras de más de 5 años, tiempo en el cual han afianzado una relación transparente de negocios entre vendedor y cliente.
- Se pudo evidenciar que los clientes de CONSTRUDEC están conformes con la atención, calidad, precio y procedencia de los productos adquiridos, inclusive logrando ellos (los clientes) entregar a sus clientes (consumidores finales) el mismo servicio de atención y calidad, afianzando su posición en el mercado.
- Aunque los precios de los productos importados desde la República de China son competitivos en el mercado constructor, los clientes subdistribuidores y mayoristas afirman la necesidad que los precios mejoren a la baja, incrementando su rentabilidad, independiente del origen y/o procedencia del producto.
- Para finalizar los clientes confirman su apertura a adquirir productos desde la República de Bolivia, basados en la experiencia como importador de la empresa CONSTRUDEC y, que la calidad y precios continúen siendo competitivos.

## INFORME FINAL

El desarrollo de la investigación, tuvo como horizonte evaluar la alternativa de la importación de cerámica plana desde Bolivia a Ecuador y su incidencia en la optimización de costos y gastos en la empresa CONSTRUDEC.

El informe final se desarrolló considerando los aspectos que permitieron respaldar la recomendación de importar cerámica plana desde Bolivia a Ecuador por parte de la empresa.

Para esto se realizó un análisis de los siguientes puntos, así:

### **4.1.1 Producción nacional de cerámica plana en el Ecuador y su incidencia en el mercado.**

En el mercado ecuatoriano las organizaciones, sean estas personas naturales obligadas o no a llevar contabilidad y personas jurídicas legalmente constituidas, cuya actividad económica es la distribución de cerámica plana, para adquirir los productos relacionados a esta línea de acabados de la construcción, tiene las siguientes opciones:

- **La primera**, adquirirla a través de industrias locales donde los procesos de producción internos, fabricación del producto, encarecen el bien disminuyendo la capacidad de generar valor (utilidad).
- **La segunda**, a través de empresas locales dedicadas a la actividad de importación, distribución y comercialización de estos productos de acabados para la construcción, con costos que si generan valor (utilidad) incluyendo sus clientes consumidores finales.

En el primer caso, actualmente existen empresas industrializadoras y comercializadoras que acaparan el sector constructor, entre estas: Graiman Cía Ltda.,

Cerámicas Rialto S.A., Ecuatoriana de Cerámicas e Italpisos. Todas ellas con amplia experiencia en productos de acabados de la construcción acaparan y poseen una mayor participación en el mercado, entre ellas la principal Graiman.



Imagen 19 Empresas Industriales de cerámica y porcelanato en Ecuador  
Fuente: (Moncada, 2019, p. 41)

Acorde a datos suministrados por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros hasta el año 2019, del grupo de principales empresas industrializadoras y distribuidoras de cerámica y/o porcelanato resalta la empresa Graiman, de acuerdo a la Tabla 19.

Tabla 27 Empresas Industriales de cerámica y porcelanato en Ecuador

Descripción	2018		2019	
	Ingreso US\$	Utilidad US\$	Ingreso US\$	Utilidad US\$
Graiman Cía. Ltda.	\$ 89,275,340.20	\$ 6,804,535.00	\$ 89,875,456.32	\$ 3,906,142.25
Ecuacerámica	\$ 41,250,350.45	\$ 1,670,542.55	\$ 41,005,675.91	\$ 1,104,985.35
Cerámica Rialto S.A.	\$ 39,325,892.30	\$ 2,820,345.20	\$ 38,710,984.34	\$ 3,110,238.40
Italpisos	\$ 37,324,590.00	\$ 1,962,040.23	\$ 37,560,240.10	\$ 1,280,977.48

Fuente: (Moncada, 2019)

Elaborado por: Melendrez & Robalino

La empresa Graiman Cia. Ltda. fundada en 1994 y ubicada en el Parque Industrial de Cuenca, cuenta con una capacidad instalada y aplicación de tecnología de punta, es la principal productora y comercializadora de cerámica, porcelanatos, sanitarios, griferías y

cenefas, han logrado posicionarse en el mercado ecuatoriano a través de Centros de Comercialización Graiman, con Distribuidores a nivel nacional e internacional. (Graiman, 2021)

La empresa C.A. Ecuatoriana de Cerámica (Ecuaceramica) fundada en 1960 y ubicada en la ciudad de Riobamba, cuenta con una pequeña planta de producción de cerámica para pisos, es productora y comercializadora con centros de distribución a nivel nacional, actualmente pertenecen al Grupo Eljuri, no exporta. (Ecuacerámica, 2021)

La empresa Cerámicas Rialto S.A. fundada en 1979 y ubicada en Chaullabamba en la Panorámica Norte en la ciudad de Cuenca, tiene una planta productora de revestimientos de cerámica cuya materia prima es la arcilla roja, pionera en la impresión digital es Ink Jet, cuenta con 200 distribuidores a nivel nacional, no exporta. (Rialto, 2021)

La empresa Italpisos S.A. fundada en 1979, ubicada en la parroquia Balzay de la Vía San Joaquín - Cuenca, cuenta con una capacidad de producción a través de máquinas italiana (razón de donde proviene su nombre) fabrica y comercializa cerámica Logotipo 3, cerámica y porcelanato, pertenece al Grupo Eluji, no exporta. (Italpisos, 2021)

CONSTRUDEC no compete con empresas como Graiman, Ecuacerámica, Rialto e Italpisos y, aunque no todos los productos comercializados por CONSTRUDEC son importados, en el caso de la cerámica plana no es un producto adquirido localmente por sus altos costos, son comprados a proveedores en el exterior.

El panorama no es favorable cuando se importa desde países como España, Italia, Brasil e inclusive de la República de China (ver tabla 20), son países de origen acreditados por el Organismo de Acreditación Ecuatoriana (OAE) que es el organismo autorizado para emitir los certificados de conformidad con respecto a la calidad de los productos

basado en el Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE) del INEN que regula el ingreso de mercancía al Ecuador; sin embargo, se presenta la oportunidad de importar desde países andinos como Bolivia, donde puede acogerse a los tratados vigentes comerciales y de ventajas de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), y con ello disminuir el impacto de los costos y gastos en el proceso de importación.

#### **4.1.2 Identificar las oportunidades y beneficios entre Ecuador - Bolivia como socios comerciales de la Comunidad Andina de Naciones.**

CONSTRUDEC dentro de su trayectoria empresarial ha realizado importaciones de cerámica plana desde la República de China, mismas que han resultado con desventajas en costos y gastos de importación, puede encontrar como miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) ventajas competitivas que impactarían favorablemente en los costos y gastos que actualmente genera en cada importación desde CHINA.

#### **4.1.3 Comparar los costos y gastos implícitos en el proceso de importación entre las Repúblicas de China y Bolivia.**

De acuerdo a la fuente investigada referente a la importación de cerámica plana, en Ecuador se comercializan en el sector constructor en la línea de acabados, marcas representativas de países de origen como: Brasil, China, España e Italia (Tabla 20). Los distribuidores, que no corresponde a las marcas nacionales Graiman, Ecuacerámica, Rialto e Italpiso, logran con estrategias comerciales obtener ventajas competitivas en la importación de este producto.

Tabla 28 Marcas de cerámicas se comercializan en el Ecuador.

<b>Brasil</b>	<b>China</b>	<b>España</b>	<b>Italia</b>
Delta	Overland	Porcelanosa	Romagna
	Jietuo	Marazzi	Italcraft
	Bahoua	Saloni	Ceramiche
	Tenerexito	Estilker	Sant Agostino

Fuente: (Moncada, 2019)

Elaborado por: Melendrez & Robalino

Las marcas importadas de Brasil (Delta) y China (Overland, Jietuo, Bahoua y Tenerexito) son consideradas productos de costos accesibles con calidad media, media-baja; por el contrario, las marcas importadas de España (Porcelanosa, Marazzi, Saloni y Estilker) e Italia (Romagna, Italcraft, Ceramiche y Sant Agostino) son considerados productos suntuosos, de costos altos y alta calidad.

De acuerdo con los países de origen de las importaciones e información obtenida del Servicio de Aduanas del Ecuador, el costo de los productos importados correspondientes a la cerámica formato (40 x 40), de mayor comercialización, que ingresan al Ecuador está determinado en la tabla 21, así:

Tabla 29 Costo de importación de cerámica en el Ecuador (medidas 40 x 40).

<b>País</b>	<b>Cantidad Física Unidades (Cajas)</b>	<b>CIF (Dólares)</b>	<b>Costo Unitario (Dólares)</b>
Brasil	402,594.00	\$ 3,984,509.55	\$ 9.90
China	267,594.00	\$ 1,864,509.55	\$ 6.97
España	185,000.00	\$ 2,303,224.32	\$ 12.45
Italia	87,240.00	\$ 992,480.00	\$ 11.38
<b>Total</b>	<b>942,428.00</b>	<b>\$ 9,144,723.42</b>	<b>\$ 9.70</b>

Fuente: (Moncada, 2019)

Elaborado por: Melendrez & Robalino

Los costos promedios de importación por caja de las marcas de cerámica (medidas 40 x 40) proveniente de Brasil es US\$9.90 y China es US\$6.97 productos accesibles a un mercado medio-bajo, medio y medio-alto siendo 29,22% más bajo que los costos por importación desde España por US\$12.45 e Italia por US\$11.38 productos accesibles a un mercado alto.



CONSTRUDEC en el sector de la construcción en donde desarrolla su actividad económica, no es considerado un distribuidor referente en la comercialización de cerámica plana nacional en marcas de las fábricas Graiman, Ecuacerámica, Rialto e Italpiso, por el contrario, si es referente por la importación y comercialización del mismo producto desde la República de China; sin embargo, no deja de ser una desventaja debido que los costos de las importaciones afectan el precio y la rentabilidad, frente a la oferta local.

Ante esta desventaja en la importación de cerámica plana, desde el año 2017 el Gobierno Nacional procedió a eliminar las partidas arancelarias (gravámenes) a estos productos, a esto se sumó convenios alcanzados con la CAN (Comunidad Andina de Naciones), donde se logró importantes beneficios arancelarios entre sus países miembros: Colombia, Perú, Chile y Bolivia. (Loor, 2017)

De acuerdo a estos beneficios la empresa CONSTRUDEC puede tomar la decisión de cambio de proveedor para la importación de cerámica con Bolivia, que representan costos unitarios menores (Tabla 22) que continuar con las importaciones desde la República China.

Tabla 30 Costos promedios de cerámica importada de Colombia, Bolivia y Perú.

País	Cantidad Física Unidades (Cajas)	CIF (Dólares)	Costo Unitario (Dólares)
Colombia	103,457.00	\$ 710,142.22	\$ 6.86
Bolivia	110,139.37	\$ 368,359.67	\$ 3.34
Perú	59,844.00	\$ 354,509.55	\$ 5.92
<b>Total</b>	<b>273,440.37</b>	<b>\$ 1,433,011.44</b>	<b>\$ 5.24</b>

Fuente: (Moncada, 2019)

Elaborado por: Melendrez & Robalino

Se observa (tabla 22) que los costos por caja de cerámica importada desde Colombia es US\$6.86 y de Perú es US\$5.92 siendo estos costos superiores en 105,24% y

77,12% respecto a los costos por importación desde Bolivia que corresponden a US\$3.34 evidenciando una ventaja competitiva entre los miembros de la CAN.

CONSTRUDEC en su trayectoria como importadora y comercializadora de cerámica plana desde la República de China determina como asociado de la Comunidad Andina de Naciones ventajas arancelarias, de tributos al comercio exterior, que impactarán positivamente en los costos y gastos, así como en la rentabilidad de la organización.

Tabla 31 Análisis comparativo de costos y gastos de importación entre China y Bolivia

Descripción	(A) M_China	(B) M_Bolivia	(A-B) Impacto	Impacto Costos/Gastos
<b>Costos Mercancía</b>				
<i>Número Contenedores</i>	2	2	\$ -	0.00%
<i>Peso Neto (Kgs)</i>	48,132.00	48,132.00	\$ -	0.00%
<i>Metros Cuadrados Totales</i>	2,419.20	2,419.20	\$ -	0.00%
FOB	\$ 9,072.00	\$ 10,402.56	\$ (1,330.56)	-14.67%
Transporte internacional	\$ 14,306.00	\$ 2,279.99	\$ 12,026.01	84.06%
Seguro	\$ 90.72	\$ 104.03	\$ (13.31)	-14.67%
<b>Subtotal Costos Mercancías</b>	<b>\$ 23,468.72</b>	<b>\$ 12,786.58</b>	<b>\$ 10,682.14</b>	<b>45.52%</b>
<b>Tributos Comercio Exterior</b>				
			\$ -	
Ad- Valorem	\$ 1,173.44	\$ -	\$ 1,173.44	100.00%
Ad-Específico (Kgs. Neto)	\$ 6,738.48	\$ -	\$ 6,738.48	100.00%
Fodinfra	\$ 117.34	\$ 63.93	\$ 53.41	45.52%
<b>Subtotal Tributos CE</b>	<b>\$ 8,029.26</b>	<b>\$ 63.93</b>	<b>\$ 7,965.33</b>	<b>99.20%</b>
<b>Gastos de importación</b>				
			\$ -	
Gastos Locales	\$ 1,124.00	\$ 1,124.00	\$ -	0.00%
Estiba	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ -	0.00%
Envío de Cont. Vacíos	\$ 78.00	\$ 78.00	\$ -	0.00%
Certificaciones (AENOR/INEM)	\$ 1,650.00	\$ 247.00	\$ 1,403.00	85.03%
Almacenaje	\$ 356.34	\$ 356.34	\$ -	0.00%
Flete Interno	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ -	0.00%
ISD (5%)	\$ 453.60	\$ 520.13	\$ (66.53)	-14.67%
AAA	\$ 380.80	\$ 380.80	\$ -	0.00%
<b>Subtotal Gastos Importación</b>	<b>\$ 4,822.74</b>	<b>\$ 3,486.27</b>	<b>\$ 1,336.47</b>	<b>27.71%</b>
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>\$ 36,320.72</b>	<b>\$ 16,336.78</b>	<b>\$ 19,983.94</b>	<b>55.02%</b>
Costo Unitario x m2	\$ 15.01	\$ 6.75	\$ 8.26	55.02%
Utilidad sobre el producto	\$ 5.25	\$ 3.38	\$ 1.88	35.74%
Precio sin impuestos	\$ 20.27	\$ 10.13	\$ 10.14	50.02%

(más) 12% IVA	\$	2.43 \$	1.22 \$	1.22	50.02%
<b>PVP Precio Venta al Público</b>	<b>\$</b>	<b>22.70 \$</b>	<b>11.34 \$</b>	<b>11.36</b>	<b>50.02%</b>

Fuente: Departamento de Contabilidad de CONSTRUDEC

Elaborado por: Melendrez & Robalino

En la tabla 31 se realizó un comparativo de dos cotizaciones por adquisición de cerámica plana para ser importada desde la República de China y Bolivia; con esta información, correspondiente a 2 (dos) contenedores, peso neto de 48.132 Kgs., y 2.419.20 m<sup>2</sup> totales, se realizó un análisis horizontal de cada ítem del proceso de adquisición, importación, desaduanización y, operación hasta las bodegas de CONSTRUDEC.

Los resultados del análisis son:

#### **Con respecto al Costo de Adquisición o Mercancía**

- **Valor FOB:** Variación negativo por US\$1,330.56 siendo la adquisición de cerámica plana en China con un precio de US\$3.75 por m<sup>2</sup> menor en US\$0.55 al precio de adquisición de Bolivia que oscila por US\$4.30 por m<sup>2</sup>.
- **Transporte Internacional:** Variación positiva por US\$12,026.01 siendo el transporte más conveniente en Bolivia con un costo de US\$2,279.99 generando un ahorro del 84,06% con respecto al transporte de China con un costo de US\$14,306.00
- **Seguro:** Variación negativa del seguro de transporte en Bolivia de US\$13.31 por US\$104.03 y en China el costo asciende a US\$90.72

#### **Con respecto a los gravámenes al Comercio Exterior**

- **Ad-Valorem:** impacto positivo de US\$1,173.44 que representa un ahorro correspondiente a la liberación del 100% del derecho arancelario en

mención importando desde Bolivia por ser miembros de la CAN, con respecto a China que si paga.

- **Triburos Ad-Específico (Kgs. Neto):** impacto positivo de US\$6,738.48 que representa un ahorro correspondiente a la liberación del 100% del derecho arancelario específico importando desde Bolivia por ser miembros de la CAN, con respecto a China que si paga.
- **FODINFA:** impacto positivo de US\$53.41 que representa un ahorro del 45,52% importando desde Bolivia debido que los costos de adquisición (Base Imponible) son menores con a China.

#### **Con respecto a los Gastos de Importación**

- **Certificaciones (AENOR/INEM):** impacto positivo de US\$1,403.00 que representa un ahorro del 85,03% importando desde Bolivia que solo requiere certificación INEN, con respecto a China que requiere certificaciones de AENOR/INEN.
- **Impuesto a la Salida de Divisas (ISD):** impacto negativo de US\$66.53 que representa un aumento del costo por 14,67% debido que el Valor FOB de Bolivia es mayor con respecto a China en el mismo porcentaje.

Como se observa en la tabla 31, las ventajas de realizar importaciones a través de la CAN (Comunidad Andina de Naciones) representa a CONSTRUDEC un impacto positivo del 45,52% en los Costos de Adquisición de la Mercancía, del 99,20% en los Tributos al Comercio Exterior y, del 27.71% en los Gastos de Importación; es decir, un Impacto Total en Costo y Gastos (Ahorro) del 55,02% correspondiente a US\$19,983.94

## Sobre el precio de venta y la utilidad de CONSTRUDEC

Se evidencia en la tabla 32 “Determinación de Utilidad y Precio de Venta”; importando desde República de China, el Costo Unitario por m<sup>2</sup> es de US\$15.01 con una Utilidad sobre el producto del 35% es decir US\$5.25 el PVP es de US\$22.70 (Incluido el IVA); importando desde Bolivia, como miembro de la CAN, el Costo Unitario por m<sup>2</sup> es de US\$6.75 con una Utilidad sobre el producto del 50% es decir US\$3.38 el PVP es de US\$11.34 (Incluido el IVA). Es decir, la empresa CONSTRUDEC, importando desde Bolivia puede incrementar su utilidad en 50%, mejorar el precio en 50.02% y ser competitivo en el mercado del sector de acabados para la construcción.

Tabla 32 Determinación de Utilidad y Precio de Venta

Descripción	(A) M_China	(B) M_Bolivia	(A-B) Impacto	Impacto Costos/Gastos
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>\$ 36,320.72</b>	<b>\$ 16,336.78</b>	<b>\$ 19,983.94</b>	<b>55.02%</b>
Costo Unitario x m2	\$ 15.01	\$ 6.75	\$ 8.26	55.02%
Utilidad sobre el producto	\$ 5.25	\$ 3.38	\$ 1.88	35.74%
Precio sin impuestos	\$ 20.27	\$ 10.13	\$ 10.14	50.02%
(más) 12% IVA	\$ 2.43	\$ 1.22	\$ 1.22	50.02%
<b>PVP Precio de Venta al Público</b>	<b>\$ 22.70</b>	<b>\$ 11.34</b>	<b>\$ 11.36</b>	<b>50.02%</b>

Fuente: Departamento de Contabilidad de CONSTRUDEC

Elaborado por: Melendrez & Robalino

## CONCLUSIONES

Culminado el desarrollo del trabajo de investigación, aplicando técnicas adecuadas de levantamiento de datos (entrevistas, encuestas), evaluación de resultados obtenidos y evaluación de teorías, se concluye:

- En la investigación se determinó; el problema de la empresa CONSTRUDEC, se relaciona con la importación y comercialización de productos de cerámica plana en el mercado ecuatoriano provenientes desde China (proveedor actual), manteniéndose un incremento considerable de sus costos y gastos. Costos que ocasionan una desventaja competitiva con respecto al mismo producto de fabricación local, impactando negativamente en sus resultados.

En la captación de información en las entrevistas, se obtuvo de parte del Gerente Propietario y Agente Afianzado de Aduanas opiniones apropiadas y diligentes de aprovechar estratégicamente las oportunidades que tiene Ecuador como integrante de la CAN, con respecto a la importación de bienes y productos, propiamente cerámica plana, para impactar positivamente los costos y gastos en favor de la rentabilidad de la organización. De la misma forma, con la obtención de información en las encuestas, se obtuvo opiniones positivas de parte de los clientes subdistribuidores y mayoristas con respecto a la calidad, precio, procedencia y servicio al cliente sobre los productos comercializados por CONSTRUDEC de procedencia de la República de China; además, de reflejar confianza en la experiencia como importador de la empresa y, apertura a adquirir la misma línea de productos desde otros países de origen. De esta manera se responde el primer objetivo específico de la investigación.

- Se realizó el análisis comparativo a los costos y gastos entre la República de China y Bolivia, determinándose diferencias significativas de costos y gastos incurridos en la importación de cerámica plana que encarecen el producto, favoreciendo el margen de rentabilidad y maniobra de la empresa CONSTRUDEC, de esta manera se pudo cumplir con lo requerido en el segundo objetivo específico.
- Mediante el presente estudio se logró establecer una incidencia positiva en la optimización de procesos, costos y gastos en la importación de cerámica plana desde la empresa COBOCE en la ciudad de Cochabamba – Bolivia hasta Guayaquil – Ecuador que abarata los costos del producto y por ende permitiría maximizar la utilidad en la empresa objeto de estudio, así como el tiempo de tránsito de la mercancía.

## RECOMENDACIONES

De lo expuesto en las conclusiones, se realizan las siguientes recomendaciones alineadas a la mejora en la administración de los costos y gastos en el proceso de importación de cerámica plana por parte de la empresa CONSTRUDEC.

Se recomienda:

- Acogerse al análisis de las desventajas identificadas en el proceso de importación de cerámica desde la República de China y, de la evaluación a los resultados obtenidos en la realización de las entrevistas y encuestas levantadas a través de clientes, para considerar sustituir la importación actual de cerámica plana y realizarla como miembro de la CAN desde Bolivia.
- Incorporar en su proceso de importación y negociación iniciar el contacto con proveedores de cerámica plana de la República de Bolivia, aplicando las ventajas competitivas que tiene CONSTRUDEC como empresa ecuatoriana y miembro de la CAN.
- Aplicar esquemas de comercialización y de abastecimiento con los clientes mayoristas y subdistribuidores para la nueva línea de cerámica plana proveniente de Bolivia, mejorando los precios y nivel de posicionamiento de CONSTRUDEC en el mercado objetivo.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad & Sandoval. (23 de julio de 2013). *Estudio de factibilidad para la importación y comercialización de porcelanato italiano para la provincia de Pichincha*. Obtenido de <https://www.uide.edu.ec>: <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/100>
- Alcívar & Sánchez. (2016). *ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y SU INCIDENCIA PARA EL COMERCIO EXTERIOR DEL ECUADOR 2010-2014. CASO: LOGÍSTICA DE LA MODALIDAD TRANSPORTACION TERRESTRE*. Guayaquil: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Alecoy, T. (2011). *Las culturas exitosas forjan prosperidad económica desde la concepción del individuo*. Santiago de Chile: Tirso José Alecoy.
- Asamblea Nacional. (2010). *COPCI*. Quito: Editora Nacional.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Editora Nacional.
- Bastos, A. (2010). *Implantación de Productos y servicios*. Madrid: Ideaspropias.
- BCE, B. C. (junio de 2019). *Boletín 31: Ecuador y los Acuerdos Comerciales*. Obtenido de Boletín Informativo de Integración Monetaria y Financiera: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/BOLETIN312019.pdf>
- Borunda, R., Cepeda, J., Salas, F., & Medrano, V. (2013). *Desarrollo y Competitividad de los Sectores Económicos en México*. México, D.F.: Centro de Investigaciones Sociales.
- Calidad, S. d. (9 de mayo de 2018). *RTE INEN 033(2R) "BALDOSAS CERÁMICAS"*. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec>: <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/reglamentos/M1-RTE-033-2R.pdf>
- CAN. (abril de 2017). *Dimensión Económico Social de la Comunidad Andina*. Obtenido de Comunidad Andina: <http://www.comunidadandina.org/StaticFiles/2018124105044REVISTAinteractiva.pdf>
- CAN, C. A. (2014). Resolución 1684. *Secretaría General de la Comunidad Andina*.
- CAN, S. d. (2018-05772). *Dimensión Económico Social de la Comunidad Andina, 2018. Biblioteca Nacional del Perú, 68*.
- Carolina, G. D. (2 de octubre de 2011). *TODO COMERCIO EXTERIOR*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/>: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/formas-de-pago-en-comercio-exterior#:~:text=Los%20medios%20de%20pago%20directo,en%20cuenta%20corriente%20o%20a%20consignaci%C3%B3n>.

- Castellanos, R. A. (2017). *LOGISTICA COMERCIAL INTERNACIONAL*. Barranquilla: ECOE Ediciones.
- Christensen, C. (2014). *Guía del Innovador para crecer: Cómo aplicar la innovación disruptiva*. Madrid: Grupo Planeta Spain.
- COIP, C. O. (10 de febrero de 2014). *COIP*. Obtenido de [https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/EQU/INT\\_CEDAW\\_ARL\\_EQU\\_18950\\_S.pdf](https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/EQU/INT_CEDAW_ARL_EQU_18950_S.pdf)
- Colareta, C. (14 de diciembre de 2018). *El balanced scorecard y la gestión empresarial en las mypes del sector panadero del distrito de Chorrillos, 2017*. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/>:  
<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/3527>
- COMEX, E. C. (2017). *NOMENCLATURA DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCIAS DEL ECUADOR*. Quito: Ministerio de Comercio Exterior.
- Congreso Nacional. (2004). *Ley Forestal y de Conservación de Áreas naturales y vida silvestre*. Quito: Editora Nacional.
- Consejo Nacional de Planificación CNP. (22 de septiembre de 2017). *Plan Nacional Para El Buen Vivir 2017 - 2021*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/>:  
[https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- COPCI, C. O. (29 de 12 de 2010). Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/codigo-organico-copci/>
- CORE, O. (7 de marzo de 2019). <https://blog.onecore.mx/>. Obtenido de Que es clasificación Arancelaria?: <https://blog.onecore.mx/que-es-clasificacion-arancelaria>
- Cruelles, J. (2012). *Productividad e Incentivos: Cómo hacer que los tiempos de fabricación se cumplan*. Barcelona: Marcombo.
- Cruz, L., & Cruz, V. (17 de Abril de 2010). *Repositorio Escuela Politécnica Nacional*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Escuela Politécnica Nacional:  
<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCEQFjABahUKEwjvOy4IJPIAhWFF5AKHUAyBFA&url=http%3A%2F%2Fbibdigital.epn.edu.ec%2Fbitstream%2F15000%2F388%2F1%2FCD-0795.pdf&usg=AFQjCNHr5JlvEUFu2GkrhscjBJ-tStFQQA&sig2=a>
- Delgado, R. M., & Yáñez, M. M. (2019). Impacto de las importaciones no petroleras desde China, en la balanza comercial del Ecuador, período 2013-2017. *INNOVA Research Journal*, 4(3.2), 205-216, 213.
- Dirán, J., & Pellandra, A. (2017). *La Irrupción de China y su Impacto sobre la Estructura Productiva y Comercial en América Latina y el Caribe*. Santiago.: ISSN 1680-869X: Naciones Unidas.

- Ecuacerámica. (2021). Obtenido de <http://ecuaceramica.com/>
- Ecuadoriano, R. T. (26 de julio de 2011). *INEN, RO 499*. Obtenido de <http://www.pudeleco.com/files/a16056a.pdf>
- Ekosnegocios. (24 de octubre de 2018). *El sector de la construcción: evolución y proyecciones*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/el-sector-de-la-construccion-evolucion-y-proyecciones>: <https://www.ekosnegocios.com/>
- Expertos en Comercio Internacional. (7 de abril de 2020). *Desarrollo del Comercio y Negocios en la Comunidad Andina de Naciones*. Obtenido de <https://www.bizlatinhub.com>: <https://www.bizlatinhub.com/es/comercio-negocios-comunidad-andina-naciones/>
- Feijoó, W. E. (abril de 2019). *Impacto de las salvaguardias en la balanza de pagos en Ecuador, período 2015 – 2017*. Obtenido de Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas, Carrera de Economía.: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40493/1/T-FEIJOO%20DURAZNO%20WLADIMIR%20ELIAS.pdf>
- Fernández, R. (2010). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. Alicante: ECU.
- Fernández, R. (2010). *La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la organización del trabajo*. Alicante : ECU.
- Fernández, R. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Fundación UNIVERSIA Mx. (23 de 03 de 2020). *Los conceptos fundamentales de la metodología de investigación*. Obtenido de Universia Mx: <https://www.universia.net/mx/actualidad/habilidades/conceptos-fundamentales-metodologia-investigacion-1167677.html>
- Fustillos, P. (1 de febrero de 2015). *¿Cuánto se debe pagar en tributos por un producto importado?* Obtenido de Comunidad de Comercio Exterior: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/cu-nto-se-debe-pagar-en-tributos-por-un-producto-importado>
- Gan, F., & Gaspar, B. (2007). *Manual de Recursos Humanos: 10 programas para la gestión y el desarrollo del Factor Humano en las organizaciones actuales*. Barcelona: Editorial UOC
- Google Maps. (8 de Abril de 2015). *Google*. Obtenido de Google: <https://maps.google.com.ec>
- Graiman. (2021). Obtenido de <http://www.graiman.com/>
- Griffin, R. (2011). *Administración*. Boston: Cengage Learning.
- Guerrero, R. (2014). *Técnicas elementales de servicio*. Madrid: Paraninfo.

- Haden, J. (2008). *El diccionario completo de términos de bienes raíces explicados en forma simple: lo que los inversores inteligentes necesitan saber*. Florida: Atlantic Publishing Group .
- Hernández-Sampieri, r. (2018). *Metodología de la Investigación, Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- IBCE, I. B. (2018). Ecuador Alidado Estratégico y Comercial de Bolivia. *Comercio Exterior Un Mundo de Oportunidades*, 6.
- Iglesias, M. (2011). *Elaboración de soluciones constructivas y preparación de muebles*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.
- INEC. (12 de Diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico:  
[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90&](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&)
- INEC. (28 de Julio de 2019). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Ecuador en cifras: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi\\_esGuayaquil\\_cifra\\_a\\_cifra.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf)
- Italpisos. (2021). Obtenido de <https://www.italpisos.com.ec/>
- Jaén, M. (2013). *Economía Industrial*. Almería: Universidad Almería.
- Joachimsthaler, E. (2008). *Ver lo evidente: Cómo definir y ejecutar la futura estrategia de crecimiento en su empresa*. Barcelona: Ediciones Deusto .
- Kalil, J. E. (21 de marzo de 2017). *Análisis de la Industria Ecuatoriana de Cerámica Plana y Porcelanato: Estrategias para su Competitividad*. Obtenido de <https://repositorio.ucsg.edu.ec>: <https://www.ucsg.edu.ec>
- Kaplan R. & Norton D. (2000). *Cuadro de Mando Intregal (2da. Ed.)*. Barcelona: Gestión 2000.
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: Introducción a la economía; Versión española traducida por Gotzone Pérez Apilanez; revisada por José Ramón de Espínola*. Barcelona: Reverté.
- Lagos, S. (agosto de 2018). <https://www.uce.edu.ec>. Obtenido de Balanza Comercial del Ecuador y la Comunidad Andina de Naciones (CAN) 2013-2017:  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/16837>
- Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administracion de Pequeñas Empresas: Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. México, D.F.: Cengage Learning.
- Loor, M. (2017). Medidas arancelarias y otras barreras de importación, Otros documentos, 55-56.

- Lopez, J. (2013). *+Productividad*. Bloomington: Palibrio.
- Merino, E. (2014). El Cambio de la Matriz Productiva. *Buen Viaje*, 10.
- Miranda, A., Zambrano, M., & Yaguana, J. (26 de Julio de 2009). *Dspace Espol*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Espol:  
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10675/1/D-39734.pdf>
- Moncada, G. (septiembre de 2019). *Plan de mejoras en el proceso de importación para la empresa "Megaproductos S.A."*. Obtenido de  
<https://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46251>: <http://www.ug.edu.ec>
- Mora, J. (Jorge Mora). *Los libros, aporte bibliográfico, las bellas artes e investigaciones históricas*. Nariño: Pasto.
- Negotiatorx, G. (19 de diciembre de 2020). *www.globalnegotiator.com*. Obtenido de Diccionario de Comercio Internacional: <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/seguro-de-transporte/>
- Olascoaga, V. (13 de septiembre de 2017). *¿Cómo minimizar los costos en el proceso de importación?* Obtenido de Vanessa Olascoaga: <http://vanessaolascoaga.com/como-minimizar-los-costos-en-el-proceso-de-importacion/>
- RETOS en Supply Chain. (29 de Septiembre de 2016). *RETOS en Supply Chain*. Obtenido de EAE Bussines School: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/cadena-logistica-vs-cadena-de-suministro-no-las-confundas/>
- Rialto. (2021). Obtenido de <http://www.ceramicasrialto.com/>
- Risco, L. (2013). *Economía de la empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años*. Bloomington: Palibrio.
- Salazar & Castillo. (2018). *Fundamentos Básicos de Estadística*. Quito: Del Castillo Galarza, Raúl Santiago.
- SEANE. (Abril de 2017). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de Servicio al ciudadano: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito : SENPLADES .
- SENAE, S. N. (2018).
- Shipping & Solutions, J. (7 de octubre de 2019). *www.jcvshipping*. Obtenido de Guía Incoterms 2020: [https://jcvshipping.com/wp-content/uploads/2019/10/jcv-guia-incoterms-2020\\_\\_7oct2019.pdf](https://jcvshipping.com/wp-content/uploads/2019/10/jcv-guia-incoterms-2020__7oct2019.pdf)
- Vargas, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias. *Revista CAES*, 119 - 139.

Yuni, J. (2014). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Córdoba: Editoria Brujas.

## ANEXOS

### Anexo 1 Modelo de Entrevista al Gerente Propietario CONSTRUDEC

#### FORMATO DE ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE PROPIETARIO DE LA EMPRESA CONSTRUDEC

Para el desarrollo del presente trabajo de tesis, forma parte integrante del trabajo la formulación de una entrevista al Gerente Propietario de la empresa CONSTRUDEC con la finalidad de conocer la situación actual de la organización apalancada en las importaciones que realizan desde la República de China, la carga de los costos y gastos que implica este proceso y, obtener una visión con respecto a la oportunidad de importar el mismo ítem desde Bolivia. La información será relevante y aportará al trabajo de titulación “Importación de cerámica plana desde Bolivia a Ecuador y su incidencia en la optimización de costos y gastos”.

1. Describa la actividad económica de la empresa CONSTRUDEC.

---

---

2. Detalle la línea de productos locales y del exterior que comercializa la empresa CONSTRUDEC.

---

---

3. ¿Cuál es la experiencia que tiene la empresa CONSTRUDEC en el proceso de importación de sus líneas de productos en acabados de la construcción?

---

---

4. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que ha identificado la empresa CONSTRUDEEC dentro del sector importador constructor?

---

---

5. Comente la experiencia con el mercado de la República de China al importar sus productos de acabados de construcción, principalmente en lo referente a la cerámica plana: costos, calidad, embalaje, diversidad de modelos, entre otros aspectos importantes.

---

---

6. ¿Cuáles son los costos que genera una importación desde la República de China hasta Ecuador, la desuaduanización del producto y posterior almacenaje en bodegas de la empresa CONSTRUDEEC?

---

---

7. ¿Los proveedores de la República de China cumplen con todas las especificaciones contractuales y comerciales con respecto al producto importado?

---

---



8. Describa la visión que tiene para los próximos 5 años sobre las relaciones de negociación, comerciales y de comercio exterior con sus proveedores de la República China, con respecto a la cerámica plana que importa al Ecuador.

---

---

9. ¿A considerado para mejorar los resultados en su organización, abrir la posibilidad de importar la cerámica plana desde otros mercados sustitutos al de la República de China y, qué mercados ha pensado?

---

---

10. Considera una oportunidad para la optimización de costos y gastos, precio, calidad y diseño el realizar la importación proveniente desde Bolivia.

---

---

11. Estaría dispuesto, de obtener mejores resultados, a importar desde Bolivia si dentro de este proyecto se evidencia una considerable y rentable optimización en cada uno de los costos y gastos incurridos en la importación.

---

---

## **Anexo 2 Modelo de Entrevista al Agente Afianzador de Aduanas de CONSTRUDEC**

### **FORMATO DE ENTREVISTA REALIZADA AL AGENTE DE ADUANAS QUE ASESORA A LA EMPRESA CONSTRUDEC**

Para el desarrollo del presente trabajo de tesis, forma parte integrante del trabajo la formulación de una entrevista al Agente de Aduanas de la empresa CONSTRUDEC con la finalidad de conocer las ventajas y desventajas del proceso operativo y de costos de la importación y desaduanización de la cerámica plana desde los mercados de la República de China y de Bolivia hasta Ecuador. La información será relevante y aportará al trabajo de titulación “Importación de cerámica plana desde Bolivia a Ecuador y su incidencia en la optimización de costos y gastos”.

1. Describa el proceso operativo y de costos de la importación y desaduanización de cerámica plana desde Shanghái - República de China a Guayaquil – Ecuador, incluya hasta las bodegas de CONSTRUDEC.

---

---

2. Considera que el actual proceso de desaduanización de las importaciones desde la República de China hasta las bodegas de la empresa CONSTRUDEC cumple con requerimientos de tiempos y calidad del importador.

---

---

3. En caso que la empresa CONSTRUDEC proyecte realizar importación desde Bolivia hasta Guayaquil – Ecuador, detalle el proceso operativo y de costos de la importación y desaduanización.

---

---

4. Consideraría que el proceso de desaduanización de probables y futuras importaciones desde Bolivia hasta las bodegas de la empresa CONSTRUDEC cumplirían con requerimientos de tiempos y calidad del importador.

---

---

5. Conoce y considera que los países miembros de la CAN Comunidad Andina de Naciones, tienen ventajas en los procesos de comercio exterior de bienes y servicios.

---

---

6. Describa las ventajas y desventajas entre los procesos de importación y desaduanización de cerámica plana desde: República de China y Bolivia.

---

---

### **Anexo 3 Modelo de Encuesta a Clientes de CONSTRUDEC**

#### **FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA CONSTRUDEC**

Para el desarrollo de la tesis que estamos realizando, forma parte integrante del trabajo la formulación de una encuesta a los clientes subdistribuidores y mayoristas de la empresa CONSTRUDEC con la finalidad de conocer posición sobre la importación de productos desde Bolivia. La información será relevante y aportará al trabajo de titulación “Importación de cerámica plana desde Bolivia a Ecuador y su incidencia en la optimización de costos y gastos”.

1. ¿Usted qué tipo de cliente es para la empresa CONSTRUDEC?

Subdistribuidor	( )
Mayorista	( )
Consumidor final	( )

2. ¿Hace que tiempo es cliente de la empresa CONSTRUDEC?

De 0 a 5 años	( )
De 5 a 10 años	( )
Más de 11 años	( )

3. ¿Con que frecuencia compra los productos de la empresa CONSTRUDEC?

De 4 a 6 veces por mes	( )
De 6 a 8 veces por mes	( )
Más de 8 veces por mes	( )

4. ¿Está usted satisfecho con la calidad y precio de los productos adquiridos a la empresa CONSTRUDEEC?

Si	( )
No	( )

5. ¿Considera que los productos entregados por CONSTRUDEEC son diseños diversos e innovadores?

Si	( )
No	( )

6. ¿Ha tenido reclamos o devoluciones por parte de sus clientes por productos de mala calidad comprados a la empresa CONSTRUDEEC?

Si	( )
No	( )

7. ¿Usted tiene conocimiento del país origen o procedencia de los productos importados por la empresa CONSTRUDEEC?

Si	( )
No	( )
Tal vez	( )

8. ¿Considera usted que la empresa CONSTRUDEEC debe ampliar su gama o diversidad de diseños de los productos importados en cerámica plana?

Si	( )
No	( )

9. ¿Considera usted que la empresa CONSTRUDEEC debe optimizar los precios de la cerámica plana, mejorando la rentabilidad de los negocios de sus clientes?

Si	( )
No	( )

10. ¿Estaría usted dispuesto a comprar los productos de la empresa CONSTRUDEEC si el país de origen o procedencia es Bolivia?

Si	( )
No	( )
Tal vez	( )