



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA COMERCIAL
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA

**ANÁLISIS DE LA TENDENCIA DE VENTAS Y EL IMPACTO EN LA
RECAUDACIÓN TRIBUTARIA A TRAVÉS DE LAS REFORMAS
ARANCELARIAS APLICADAS A LAS IMPORTACIONES DE
TELÉFONOS CELULARES SMARTPHONE**

TUTOR

MBA. KELLY CARLOTA LEÓN TOMALÁ

AUTORES

**SILVIA SOFIA SARMIENTO RAMIREZ
DAVID ROLANDO TAPIA ALVAREZ**

GUAYAQUIL

2021

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis de la tendencia de ventas y el impacto en la recaudación tributaria a través de las reformas arancelarias aplicadas a las importaciones de teléfonos celulares Smartphone		
AUTORES: Silvia Sofía Sarmiento Ramírez David Rolando Tapia Álvarez	REVISORES O TUTORES: MBA. Kelly Carlota León Tomalá	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Ingeniería Comercial Ingeniería en Contabilidad y Auditoría	
FACULTAD: Administración de empresas	CARRERA: Administración de empresas Contabilidad y Auditoría	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2021	N. DE PAGS: 104	
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración		
PALABRAS CLAVE: Aranceles, Inversión, Importación, Ventas		
RESUMEN: Los aranceles, afectan directamente a la inversión en la importación de equipos Smartphones, independientemente de los cambios que se han generado en tributos entre los años 2012 al 2019, por ende, una mayor presencia de tributos, significa, una menor inversión o compra en el extranjero de este tipo de equipos, por ende, antes de determinar una relación o afectación de los mismos en cuanto al monto de ventas. Todos los países generan políticas económicas y tributarias en favor que las empresas logren mantener y generar una mayor competitividad entre empresas, del mismo modo, por parte de ellos, los inversionistas deben aportar con capitales y buscar ideas de negocios que existan en el mercado, por ende, se propone analizar la tendencia de ventas y el impacto en la recaudación tributaria a través de las reformas arancelarias aplicadas a las importaciones de teléfonos celulares Smartphone. El estudio concluyó que, no existe una relación entre la compra de Smartphones en el extranjero con el nivel de ventas y que, la implementación de aranceles representa un incremento en precios, perjudicando el bolsillo de los consumidores finales.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Silvia Sofía Sarmiento Ramírez David Rolando Tapia Álvarez	Teléfono: 0996676245 0982464477	E-mail: ssarmientor@ulvr.edu.ec dtapiaa@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	PHD. Rafael Iturralde Solórzano Decano Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec Msc. Oscar Machado Director de la carrera Teléfono: 2596500 Ext. 203 E-mail: omachadoo@ulvr.edu.ec Mgs. Byron López Carriel, Director de carrera Teléfono: 2287200 Ext. 271 E-mail: blopezc@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

1%

★ Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

Trabajo del estudiante

MBA. León Tomalá Kelly Carlota

C.C. 0922648654

Profesor Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados Silvia Sofía Sarmiento Ramírez y David Rolando Tapia Álvarez, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Análisis de la tendencia de ventas y el impacto en la recaudación tributaria a través de las reformas arancelarias aplicadas a las importaciones de teléfonos celulares Smartphone, 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

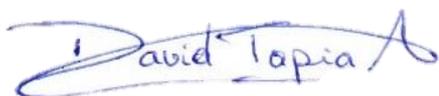
Firma:



Silvia Sofía Sarmiento Ramírez

C.I. 0930889944

Firma:



David Rolando Tapia Álvarez

C.I. 0931551584

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **ANÁLISIS DE LA TENDENCIA DE VENTAS Y EL IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA A TRAVÉS DE LAS REFORMAS ARANCELARIAS APLICADAS A LAS IMPORTACIONES DE TELÉFONOS CELULARES SMARTPHONE**, 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: **ANÁLISIS DE LA TENDENCIA DE VENTAS Y EL IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA A TRAVÉS DE LAS REFORMAS ARANCELARIAS APLICADAS A LAS IMPORTACIONES DE TELÉFONOS CELULARES SMARTPHONE**, presentado por los estudiantes **SILVIA SOFÍA SARMIENTO RAMÍREZ** y **DAVID ROLANDO TAPIA ÁLVAREZ** como requisito previo, para optar al Título de **INGENIERÍA COMERCIAL e INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



MBA. León Tomalá Kelly Carlota

C.C. 0922648654

Profesor Tutor

AGRADECIMIENTO

El principal agradecimiento a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante en el desarrollo del presente trabajo, a pesar de haber sido un año complicado me guío hacia la culminación del mismo.

A mi familia por su comprensión y estímulo constante, además de su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios. Gracias por su amor, su inmensa bondad y apoyo, mi gran afecto hacia ustedes mi amada familia.

Silvia Sarmiento Ramírez

AGRADECIMIENTO

A través de este trabajo quiero agradecer a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y a todos sus distinguidos docentes que la conforman, especialmente a los docentes de la Facultad de Ingeniería Comercial quienes, con su profesionalismo, valores éticos y compromiso de enseñanza, hicieron posible alcanzar el éxito en lo personal como profesional.

Además, un sincero agradecimiento a nuestra tutora MBA. Kelly León, quien con su alta experiencia ha sido nuestra guía durante el lapso de este proyecto, por su tiempo y dedicación para que este trabajo finalice con satisfacción.

De igual manera, a todos mis amigos y compañeros con los que pude compartir durante mi ciclo académico y me brindaron su ayuda. Finalmente, a todas aquellas personas que hicieron posible el presente trabajo de titulación, muchas gracias por su ayuda y el valioso tiempo brindado.

David Tapia Alvarez

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mi familia y amigos más cercanos que me llenaron de ánimo para la culminación de mi tesis. La vida nos presenta retos y parte de este gran reto fue el 2020, gracias al apoyo de ustedes ya que fue la pieza clave para dar por terminada una etapa de mi vida.

Gracias a todos.

Silvia Sarmiento Ramírez

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado principalmente a Dios, por brindarme salud, sabiduría y guiarme siempre por el camino del bien, a mis queridos padres, quienes fueron ese pilar fundamental que todo hijo necesita, por sus sacrificios y consejos que no me permitieron decaer, a mis hermanas por sus palabras de aliento y siempre estar conmigo y a toda mi familia por enseñarme el trabajo en equipo y la unión que siempre debe haber.

Dedico también este trabajo a mis jefes directos de la Autoridad de Tránsito Municipal, el Señor Luis Lalama Alvarado – Comandante del cuerpo uniformado de Agentes de Tránsito y la Srta. Bertha Aguirre Cajas – Jefa de Comunicaciones Operativas de la ATM, por su gran apoyo y enseñanza en el campo laboral.

Para finalizar, este trabajo de forma muy especial, es para una persona que me brindó su ayuda y apoyo en el momento más difícil de mi carrera universitaria, a través de sus enseñanzas, sus historias, por la formación correcta y honrada que me supo inculcar, así como enseñarme que siempre uno debe de comprometerse al máximo para lograr lo que se quiere, esta dedicatoria especial es para el Señor Carlos Fernández Corrales – Ex Jefe de Operaciones de la ATM, lamentablemente falleció a causa del Covid-19.

Muchas gracias a todos.

David Tapia Alvarez

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	v
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del Problema.....	2
1.3 Formulación del Problema	5
1.4 Sistematización del Problema	5
1.5 Objetivos de la investigación	6
1.5.1 Objetivo General	6
1.5.2 Objetivos Específicos	6
1.6 Justificación de la investigación.....	6
1.7 Delimitación del Problema.....	7
1.8 Idea a defender	8
1.9 Línea de Investigación Institucional/Facultad.....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Estudio del arte.	10
2.2 Antecedentes del sector.....	12
2.3 Teorías instituciones	15
2.3.1 Teoría clásica del comercio internacional.....	16
2.3.2 Teoría de ventaja absoluta en el comercio internacional	16
2.3.3 Teoría de la ventaja comparativa del comercio internacional.....	17
2.3.4 Teoría del enfoque marxista en el comercio internacional	19
2.3.5 Teoría tributaria (1959).....	20

2.3.6	Teoría de la competitividad (2009)	20
2.4	Teorías de aplicación metodológica	22
2.4.1	Tratamiento metodológico	22
2.4.2	Tipos de investigación	23
2.4.3	Enfoques de la investigación - conceptualización.....	24
2.4.4	Cálculo de la muestra – conceptualización	24
2.4.5	Escala de Likert	25
2.5	Marco Conceptual.....	26
2.5.1	Presupuesto General del Estado	26
2.5.2	Tributos	27
2.5.3	Impuestos	27
2.5.4	Sistema Tributario Ecuatoriano.....	27
2.5.5	Servicio de Rentas Internas.....	28
2.5.6	Importación	29
2.5.7	Arancel.....	29
2.5.8	Cupos de importación	30
2.6	Marco Legal	30
2.6.1	Resolución 64 – 2012	30
2.6.2	Resolución 67 - 2012	31
2.6.3	Resolución 034- 2014.....	32
2.6.4	Resolución 024-2015	32
2.6.5	Resolución 049-2015	32
2.6.6	Resolución 020-2017	33
2.6.7	Resolución 025–2019	34
CAPÍTULO III		35
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		35
3.1	Metodología.....	36
3.2	Tipo de investigación.....	37
3.2.1	Investigación descriptiva.....	37
3.2.2	Investigación histórica	37
3.2.3	Investigación explicativa.....	38
3.3	Enfoque	38
3.4	Técnica e instrumentos	38

3.5	Población.....	39
3.6	Muestra.....	40
3.7	Presentación de resultados	41
3.7.1	Repuestas de expertos en el área tributaria	41
3.7.2	Respuestas de los comerciantes de Smartphones	45
3.7.3	Respuestas de los usuarios o consumidores de Smartphones	48
CAPÍTULO IV		68
INFORME FINAL.....		68
4.1	Comportamiento del nivel de ventas	68
4.2	Comportamiento del nivel de importaciones.	71
4.3	Comportamiento de las resoluciones del COMEX años 2012 – 2019	72
4.4	Correlación entre variables.....	73
4.5	Estrategias para mejorar la competitividad en precios de celulares en Ecuador	75
Conclusiones y recomendaciones		77
Conclusiones		77
Recomendaciones.....		79
Referencias bibliográficas		81
ANEXOS.....		84
Formato de entrevistas a expertos en el área tributaria		84
Formato de entrevistas a comerciantes de Smartphones		86
Formato de encuestas a consumidores finales.		88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Porcentaje de arancel en función al porcentaje de producción nacional incorporado</i>	30
Tabla 2. <i>Cuotas de importación de celulares por trimestre</i>	32
Tabla 3. <i>Tarifa arancelaria para teléfonos móviles para el 2016</i>	33
Tabla 4. <i>Tarifa arancelaria para teléfonos móviles en partes y piezas para el 2017</i>	33
Tabla 5. <i>Tarifa arancelaria para teléfonos móviles en partes y piezas para el 2019</i>	34
Tabla 6. <i>Precio influenciado por el tipo de distribuidor</i>	48
Tabla 7. <i>Precio asociado por la tecnología del Smartphone</i>	49
Tabla 8. <i>Aranceles afectan la decisión de compra del consumidor</i>	50
Tabla 9. <i>Preferencia de Smartphone ensamblados en Ecuador por precios económicos.</i>	51
Tabla 10. <i>Precios varían en función a la oferta de marcas de Smartphones</i>	52
Tabla 11. <i>Decisión de compra en función a la necesidad de comunicación</i>	53
Tabla 12. <i>Grado de preferencia de Smartphones fabricados en el Ecuador</i>	54
Tabla 13. <i>Diseño como factor de compra en el Smartphone</i>	55
Tabla 14. <i>Solicita garantía por el Smartphone</i>	56
Tabla 15. <i>Características de Smartphone</i>	57
Tabla 16. <i>Preferencia de adquirir Smartphone en operadoras autorizadas</i>	58
Tabla 17. <i>Solicitud de descuentos por precios de Smartphone</i>	59
Tabla 18. <i>Solicitud de servicio técnico propio de la marca</i>	60
Tabla 19. <i>Necesidad de credibilidad del proveedor de Smartphone</i>	61
Tabla 20. <i>Necesidad de acudir a distribuidores autorizados de Smartphone</i>	62
Tabla 21. <i>Necesidad de recibir promociones</i>	63
Tabla 22. <i>Cambiar de Smartphone en función a los avances tecnológicos</i>	64
Tabla 23. <i>Aprovechar descuentos ofertados por operadoras</i>	65
Tabla 24. <i>Influencia de publicidad dirigida por las operadoras</i>	66
Tabla 25. <i>Mercado abarrotado de modelos</i>	67
Tabla 26. <i>Precios referencias de equipos Smartphones por países</i>	69
Tabla 27. <i>Cronología de resoluciones desde el año 2012 al 2019</i>	73
Tabla 28. <i>Estadísticas de regresión</i>	74

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Número de compañías dentro del segmento de venta de celulares en el Ecuador.	12
<i>Figura 2.</i> Ventas en millones de dólares dentro del segmento de venta de celulares en el Ecuador.	13
<i>Figura 3.</i> Número de empleados dentro del segmento de venta de celulares en el Ecuador.	14
<i>Figura 4.</i> Remuneración promedio cancelada dentro del segmento de venta de celulares en el Ecuador.....	14
<i>Figura 5.</i> Recaudación de impuestos en el Ecuador, entre los años 2015 al 2019. ...	28
<i>Figura 6.</i> Precio influenciado por el tipo de distribuidor	48
<i>Figura 7.</i> Precio asociado por la tecnología del Smartphone	49
<i>Figura 8.</i> Aranceles afectan la decisión de compra del consumidor	50
<i>Figura 9.</i> Preferencia de Smartphone ensamblados en Ecuador por precios económicos.....	51
<i>Figura 10.</i> Precios varían en función a la oferta de marcas de Smartphones	52
<i>Figura 11.</i> Decisión de compra en función a la necesidad de comunicación	53
<i>Figura 12.</i> Grado de preferencia de Smartphones fabricados en el Ecuador.....	54
<i>Figura 13.</i> Diseño como factor de compra en el Smartphone.....	55
<i>Figura 14.</i> Solicita garantía por el Smartphone	56
<i>Figura 15.</i> Solicita garantía por el Smartphone	57
<i>Figura 16.</i> Solicita garantía por el Smartphone	58
<i>Figura 17.</i> Solicitud de descuentos por precios de Smartphone	59
<i>Figura 18.</i> Solicitud de servicio técnico propio de la marca	60
<i>Figura 19.</i> Necesidad de credibilidad del proveedor de Smartphone.....	61
<i>Figura 20.</i> Necesidad de credibilidad del proveedor de Smartphone.....	62
<i>Figura 21.</i> Necesidad de recibir promociones	63
<i>Figura 22.</i> Cambiar de Smartphone en función a los avances tecnológicos.....	64
<i>Figura 23.</i> Aprovechar descuentos ofertados por operadoras.....	65
<i>Figura 24.</i> Influencia de publicidad dirigida por las operadoras	66
<i>Figura 25.</i> Mercado abarrotado de modelos	67
<i>Figura 26.</i> Intermediarios comerciales de equipos Smartphone en el Ecuador.	68
<i>Figura 27.</i> Nivel de ventas de celulares al por menor entre los años 2012 – 2019 en de dólares.....	70
<i>Figura 28.</i> Nivel de importación de Smartphones entre los años 2012 – 2019 en de dólares	71
<i>Figura 29.</i> Participación de países por nivel de importación durante los años 2012 - 2019.....	72

ÍNDICE DE ANEXOS

Formato de entrevistas a expertos en el área tributaria.....	84
Formato de entrevistas a comerciantes de Smartphones.....	86
Formato de encuestas a consumidores finales.....	88

INTRODUCCIÓN

Según datos obtenidos a través del Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020) en su Clasificador industrial internacional uniforme CIIU Rev. 4, indica que, la venta de equipos celulares tipo Smartphone, se encuentran dentro de la categoría G474113, bajo la clasificación como equipos de telecomunicaciones. Cabe resaltar que, en el Ecuador, el segmento comercial de teléfonos móviles Smartphones, está representado por una serie de intermediarios comerciales, debido a la necesidad de importar el producto, porque la producción en el país es muy limitada, por ende, un equipo celular, debe pasar por una empresa importadora, posteriormente una mayorista finalmente una minorista para llegar a manos del consumidor final.

Los aranceles, afectan directamente a la inversión en la importación de equipos Smartphones, independientemente de los cambios que se han generado en tributos entre los años 2012 al 2019, por ende, una mayor presencia de tributos, significa, una menor inversión o compra en el extranjero de este tipo de equipos, por ende, antes de determinar una relación o afectación de los mismos en cuanto al monto de ventas. Todos los países generan políticas económicas y tributarias en favor que las empresas logren mantener y generar una mayor competitividad entre empresas, del mismo modo, por parte de ellos, los inversionistas deben aportar con capitales y buscar ideas de negocios que existan en el mercado.

Por ende, se propone analizar la tendencia de ventas y el impacto en la recaudación tributaria a través de las reformas arancelarias aplicadas a las importaciones de teléfonos celulares Smartphone, a través de desarrollar un marco referencial sobre las teorías instituciones que apoyan y argumentan la intervención de reformas tributarias en el tratamiento del comercio exterior por afectación financiera de un país en términos de balanza comercial. detallar las reformas tributarias que afectaron al sector móvil de importación durante los años 2012 – 2019, realizar un análisis macroeconómico sobre el desarrollo que ha tenido el sector móvil importador durante los periodos 2012 – 2019, realizar un informe económico sobre las ventas y la recaudación tributaria a nivel nacional durante los años 2012 al 2019 en el sector móvil importador.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Análisis de la tendencia de ventas y el impacto en la recaudación tributaria a través de las reformas arancelarias aplicadas a las importaciones de teléfonos celulares Smartphone.

1.2 Planteamiento del Problema

La economía ecuatoriana está desarrollada bajo la estructura de elaboración de insumos o materias primas, con una nula participación de procesos productivos con valor agregado, que den como resultados los bienes de consumo que necesita la población; esto ha ocasionado que la referencia de la balanza comercial en la última década, se caracterice con un saldo totalmente negativo, impidiendo que nuevas divisas ingresen al país y la necesidad de un estado ecuatoriano, en incurrir en créditos para reactivar sectores, con el fin de proveer de ayuda social y aumentar las plazas de trabajo en todo el territorio nacional.

Un resultado negativo en la balanza comercial, se interpreta como: una baja competitividad de un país, en generar sus propios recursos de consumo para satisfacer las necesidades de una población, porque le resta masa monetaria y a su vez promueve crisis económica. Las materias primas que se ofertan, no son consumidas en su totalidad por la población, quizás por la falta de tecnología e innovación para el desarrollo de plantas de producción, fomentando negocios netamente comerciales, que se ven en la necesidad de realizar procesos de compra externa, para satisfacer pequeños segmentos de mercado y con ello aumentar la calidad de vida de la población.

Para la Asociación de Ensambladores de Electrónicos y Eléctricos de Ecuador por sus siglas AEDE, la fomentación de industrias enfocadas en el desarrollo de dispositivos móviles, empleando resoluciones gubernamentales, se dieron a partir del

año 2012, a través de la resolución 67 del Comité de Comercio Exterior COMEX, que limitaba la compra extranjera de dispositivos ensamblados, directamente a la descripción de cupos por unidades, dónde cada empresa tenía asignado un determinado número de inventario para abastecerse (Asociación de Ensambladores de Electrónicos y Eléctricos del Ecuador, 2016).

El escenario de fomentar una demanda agregada lista para ser cubierta por parte de las industrias de celulares nacionales, no fue una alternativa viable, debido al incremento del contrabando y clandestinidad de los negocios, que enfocaban la comercialización de dispositivos móviles en el Ecuador, es decir, no existió el incremento de inversión en negocios de desarrollo de ensamblaje de celulares, sino que terminó ocasionando un mercado paralelo al legal, para ofertar un producto que, sin importar el precio era igualmente requerido; a partir del 2015, con la vigencia de la resolución No. 049-2015 del Comité de Comercio Exterior, se apertura el incremento de las cuotas de importación y con ello abastecer el mercado.

Dentro del mismo año 2015 un efecto macroeconómico en los mercados internacionales del crudo, ocasionó la caída del precio del petróleo, enfocando nuevamente las reformas tributarias y arancelarias, en crear barreras de consumo, hacia aquellos sectores que de acuerdo a la balanza comercial, destacando el segmento de celulares o teléfonos móviles como una actividad con poco desarrollo industrial y alta demanda de tecnología, pero ahora a favor de suplir el déficit de regalía petroleras, con recaudaciones tributarias sobre la importación (Banco Central del Ecuador, 2020).

Es por ello que, a través de la resolución 051-2014 del Comité de Comercio Exterior, se reforma el arancel hacia el importe de celulares al Ecuador, con porcentajes desde el 1% al 15% sobre el advalorem, es decir, se solicita a las empresas, pagar mayores aranceles para la compra en el exterior de móviles, a fin de desincentivar la adquisición de móviles al consumidor final, porque estos tienden a superar el presupuesto de los demandantes, mientras que el impacto económico, sea absorbido por las arcas estatales, hasta su nuevo equilibrio.

Para el año 2019, este arancel entre el 1% y 15% fue eliminado por el Gobierno Nacional, argumentando que los bajos costos en equipos, pueden asegurar un

desarrollo tecnológico y productividad en los sectores empresariales, incluso impulsar alternativas a los emprendimientos, como teletrabajo, estudio en línea y otras actividades comerciales relacionadas con las nuevas áreas electrónicas que emplean internet.

Con referencia a Vargas (2004) el desarrollo económico de las industrias en una nación, es un escenario que se conforma a partir de la incorporación de la innovación y tecnología en los procesos productivos de las empresas, que cada una de sus administraciones debe decidir, a fin de ofertar mejores servicios tanto en temas de calidad como de precios atractivos, acorde al bolsillo de los ciudadanos o su target de mercado. Para Quevedo (2017) es importante que las compañías, sumen esfuerzos de inversión enfocados al uso de herramientas tecnológicas porque permite que sus actividades operativas se realicen o se ejecuten en un tiempo óptimo, además que contribuye a lograr una coordinación entre el recurso humano que labora en una compañía.

Según MENTINNO (2020), institución que se dedica al análisis de las tendencias tecnológicas y herramientas de información, en el Ecuador, para el año 2019, cerca de 15.6 millones de habitantes, tiene un celular de uso diario; los mismos que han incorporado su teléfono móvil como una herramienta más al complemento de su actividad comercial, principalmente como medio de comunicación para captar clientes o enviar publicidad directa a su mercado meta, posibilitando un escenario positivo para consolidar su emprendimiento, sin escatimar grandes presupuestos por pautar en medios de comunicación masivos, como anteriormente se la realizaba a través de la televisión, radio y prensa escrita.

Para la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (2018), indica que en el Ecuador hasta septiembre del año 2018 el total nacional de líneas activas en los diferentes operadores de telefonía móvil, suman 15'548.544 el mismo número de habitantes que en promedio tiene el país, es decir que la necesidad de un dispositivo móvil es evidente, siendo un producto de alta demanda y requerimiento, tanto para negocios como para el uso personal.

Frente a la existencia de resoluciones del comercio internacional, que ha regulado el desarrollo de la actividad de importación y comercialización de celulares en el Ecuador, se expone el presente trabajo de investigación, basando su argumento en el análisis de las tendencia de ventas de móviles entre los años 2015 al 2019 y el efecto hacia la recaudación tributara, a fin de demostrar si existen los factores externos adecuados, para potenciar un segmento, que ha tratado de pasar a formar parte de las industrias en el Ecuador, pero que debido a la presencia de la innovación tecnología diaria y a la ausencia de inversión en fábricas, sigue incluyéndose como una actividad dependiente a la importación.

1.3 Formulación del Problema

¿Cuál ha sido la tendencia en ventas y el impacto en la recaudación tributaria a través de las reformas arancelarias aplicadas a las importaciones de teléfonos celulares Smartphone durante los periodos del 2012 -2019?

1.4 Sistematización del Problema

- ¿Qué teorías institucionales apoyan la intervención de reformas tributarias en el tratamiento del comercio exterior por afectación financiera de un país en términos de balanza comercial?
- ¿Cuáles con las reformas tributarias que afectaron al sector móvil importador durante los periodos 2012 – 2019?
- ¿Cuál ha sido el desarrollo económico que ha tenido el sector móvil importador durante los periodos 2012 – 2019?
- ¿Cómo se han visto afectadas las ventas de los importadores y la recaudación tributaria a nivel nacional por las distintas reformas arancelarias implementadas durante los años 2012 al 2019 en el sector móvil importador?

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo General

Analizar la tendencia de ventas y el impacto en la recaudación tributaria a través de las reformas arancelarias aplicadas a las importaciones de teléfonos celulares Smartphone

1.5.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un marco referencial sobre las teorías instituciones que apoyan y argumentan la intervención de reformas tributarias en el tratamiento del comercio exterior por afectación financiera de un país en términos de balanza comercial.
- Detallar las reformas tributarias que afectaron al sector móvil de importación durante los años 2012 – 2019.
- Realizar un análisis macroeconómico sobre el desarrollo que ha tenido el sector móvil importador durante los periodos 2012 – 2019.
- Realizar un informe económico sobre las ventas y la recaudación tributaria a nivel nacional durante los años 2012 al 2019 en el sector móvil importador.

1.6 Justificación de la investigación

El trabajo de investigación se justifica desde tres tipos de enfoques:

Desde una perspectiva teórica, porque describe cómo la implementación de aspectos legales, regulan el comercio de un segmento en particular, además de establecer cuáles han sido los resultados en cuanto a su desarrollo económico, tomando en consideración que los procesos productivos para obtener la utilidad han sido enfocados hacia la actividad importadora, criterio que ha sido puesto en duda por el Gobierno Nacional entre los años 2012 al 2015, como un escenario que perjudica al país en términos de competitividad, pero que en el año 2019, fue puesto en duda, por su impacto en actividades secundarias, en favor a mejorar la comunicación, fomentar el teletrabajo y permitir un tipo de educación que ahorra espacio físico en las unidades de enseñanza.

Desde una perspectiva metodológica, reúne y resume informes económicos, en favor a comprobar una hipótesis que los medios de comunicación no detallan, es decir solo se informa la implementación de las resoluciones y muestran un punto de vista de expertos económicos y necesidad gubernamental en el momento, pero que no recopilan antecedentes de la regulación comercial de los celulares móviles que ha tenido con los años, argumentando, si el conjunto de decisiones ha estado en favor al desarrollo del segmento; puntos de vista que se van agregando en el documento sin incluir puntos políticos a favor o en contra, sino utilizando la objetividad para catalogar criterios.

Desde una perspectiva práctica, se muestra, cómo un problema económico, puede dar las pautas para los emprendedores y directores de empresas, deben poner en práctica decisiones que busquen el beneficio particular de su actividades operativas, es decir, tratar de poner en marcha planes de acción que compensen efectos negativos en el precio, o desarrollen actividades complementarias, como por ejemplo el mantenimiento de equipos móviles, reparación o la oferta de modelos que sustituyan aquellos que el mercado exige, pero que el presupuesto del consumidor fue afectado por alguna ley que incrementa su valor o restringe su importación.

1.7 Delimitación del Problema

Este trabajo está basado en el estudio de tipo administrativo y tributario de análisis de la tendencia de ventas y el impacto en la recaudación tributaria a través de las reformas arancelarias aplicadas a las importaciones de teléfonos celulares Smartphone dentro de los años 2012 al 2019. Esta investigación abarcara como mercado objetivo, aquellos negocios que se dedican a la compra en el exterior de dispositivos móviles, los cuales, a través de diferentes reformas y resoluciones, han sido afectados en temas económicos, principalmente en ingresos, buscando una evaluación general, si las decisiones de colocar barreras a la importación, han motivado a la instalación de industrias en el Ecuador, entre los argumentos que limitan al estudio se tiene:

- Campo: administración, tributario
- Área: Importaciones
- Aspecto: compras en el exterior de dispositivos móviles.

En cuanto a la delimitación espacial: Este estudio es válido solo para empresas que se dedican a la importación de celulares, cuyo establecimiento se sitúe en el territorio ecuatoriano, para la delimitación temporal, esta investigación se realizará con datos de resultados entre los años 2012 al 2019.

1.8 Idea a defender

La ejecución de resoluciones por parte del Comité de Comercio Exterior COMEX dentro de los años 2012 al 2019, ha influido directamente en la generación de ingresos en los negocios dedicados a la comercialización de celulares importados situados en el territorio ecuatoriano.

1.9 Línea de Investigación Institucional/Facultad.

La presente investigación, se desarrolla bajo el tema de desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables, porque se basa en el análisis de decisiones gubernamentales que ponen límite y establecen aspectos regulatorios a la actividad comercial del sector de dispositivos móviles en el Ecuador, un criterio a nivel macroeconómico, poco analizado por las entidades del sector público y analistas del medio.

Con referencia a la línea de la facultad, esto va relacionado con el marketing, comercio y negocios locales, porque son ellos los actores que realizan las importaciones de celulares para luego ponerlos en mano de los consumidores, a cambio de un monto de dinero que directamente ha sido afectado por tarifas arancelarias que no necesariamente benefician financieramente a los negocios en el Ecuador.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo titulado marco teórico, se muestra una descripción general del sector importador de celulares en el Ecuador dentro de los años 2015 al 2018, descartando el año 2019, por la falta de informes macroeconómicos mostrados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. En el análisis macroeconómico, se muestran las resoluciones que han estado vigentes en el Ecuador, infiriendo por ahora como los principales aspectos que han afectado el nivel de ventas, esto por encima de cualquier estrategia que se considere influencia para el comportamiento efectivo y eficaz de los recursos.

Tal como se estableció en la problemática, la influencia de factores económicos externos, este capítulo responde directamente a los objetivos específicos número uno y dos, que requieren información, sobre criterios teóricos válidos, que demarcan puntos a favor y en contra de reformas tributarias en el tratamiento de comercio exterior y detalles cuáles han sido las resoluciones que estuvieron en vigencia dentro del periodo de análisis. A continuación, se muestra la estructura del capítulo:

- Antecedentes del sector, muestra el comportamiento que ha tenido el sector importador de celulares desde el criterio de número de empresas, total de ventas, total de empleados, remuneración promedio e indicadores de demografía empresarial.
- Teorías institucionales, detalla teorías a favor y en contra de resoluciones gubernamentales enfocadas en el comercio exterior, a fin de demostrar si la elección del Gobierno Nacional, ha sido a favor y en contra del desarrollo económico del sector en análisis.
- Marco conceptual, define criterios técnicos tratados en el documento, de una manera más sencilla para la comprensión directa del lector.
- Marco legal, resume las resoluciones puestas en vigencia por parte del Gobierno Nacional a la regulación del comercio exterior en materia de importación de celulares.

Al finalizar el presente capítulo, se podrá aportar con el conocimiento suficiente sobre el desarrollo económico de los negocios dedicados a la importación de celulares, los factores externos que influyen la comercialización y puntos de referencias técnicos que se tratan en el comercio internacional, bajo criterios validados de expertos en el área.

2.1 Estudio del arte.

El estudio del arte, se enfoca directamente a mostrar estudios relevantes que abordaron temas similares a la problemática referida en el presente trabajo de investigación; cabe resaltar que la naturaleza en resoluciones arancelarias y regulaciones del comercio internacional a nivel de Ecuador, los estudios que actualmente se muestran, tratan temáticas abordadas dentro del país, bajo diferentes enfoques que han impactado al segmento de comercialización de celulares, tomando en consideración publicaciones de los últimos cinco años a la elaboración de esta investigación:

Para el autor Galarza (2015), en su trabajo de investigación titulado “Las medidas restrictivas a la importación de celulares y su impacto en el consumo, tributación y utilidades de las empresas de telecomunicaciones en el Ecuador, durante el periodo 2010 – 2012”, indica que a nivel general de industrias, se crearon movimientos económicos, enfocados al desarrollo productivo, con el fin de proteger a la industria ecuatoriana y motivar a la incorporación de capital, dirigidos a empresas que se encarguen de tomar la materia prima y obtener bienes de consumo. Un antecedente de impulsar la industria de celulares, se da con la resolución 574-2010 del COMEX el 30 de julio del 2010, donde se reformó el arancel para la industrias y partes, esta vigencia duró un año, para acondicionar a las nuevas fábricas al desarrollo de modelos de negocios con valor agregado.

Sin embargo, esta medida culminó con la vigencia en el 2012 de resoluciones que limitaban la importación de celulares armados, los cuales estaban listos para su comercialización; la aplicación de la resolución 067-2012 del Comité de Comercio Exterior, limitó a las empresas a un paquete de cuotas, que debían ser renovadas cada año, prohibiendo la entrada de nuevos competidores, que usaban el sistema de Correos

del Ecuador, que de manera informal, ponían en circulación una cantidad de celulares, que se nacionalizaban bajo el concepto de consumo propio. La investigación de Galarza (2015) empleo el método histórico y descriptivo para procesar la información y obtener cuadros estadísticos que ayuden a conocer el comportamiento del sector frente a estos factores externos impuestos por el Gobierno Nacional.

La conclusión de este trabajo de investigación, consistió en afirmar, que las medidas de restricción a la importación de celulares, significó un decrecimiento de ingresos para las operadoras, los cuales limitaron la prestación de sus servicios, en favor a la apertura de nuevas líneas para los usuarios, además se resalta, la presencia de un segmento, que no se vio impulsado por la creación de fábricas de ensamblaje de celulares, porque no se contaba con el respaldo de las marcas celulares, ni la inversión tecnológica para desarrollar estos trabajos operativos.

Otra investigación que se basa en la importación de celulares, es el referido por los autores Rodríguez y Zúñiga (2018) quienes desarrollaron un estudio sobre análisis del comportamiento del consumidor frente a las medidas restrictivas de la importación de celulares en el Ecuador. período 2013 -2016, los cuales, basan su problemática en la reducción de oferta de celulares que tiene como antecedente las resoluciones en vigencia desde el año 2012, esto imposibilitó que, a pesar de existir la demanda suficiente, se generen ventas por dispositivos, limitando con ello el crecimiento económico del sector y un desarrollo tecnológico para aquellas empresas que demandan una comunicación eficiente.

Para el desarrollo de la investigación presentada por los autores Rodríguez y Zúñiga (2018), se empleó la metodología cuantitativa, porque se comprobó su hipótesis a través de la relación que existió entre la demanda de celulares con el número de productos que se pusieron en percha a través de los diferentes negocios que se dedican a esta actividad. Su conclusión arrojó datos que generan contradicciones en su problemática; donde la influencia de la importación de celulares, no afectó directamente la utilidad por servicio de las operadoras que ofertan las líneas telefónicas, solo se generó un efecto en el mercado, donde los consumidores tardaron en cambiar sus equipos celulares, principalmente porque los dispositivos presentes, superaron el presupuesto que le asignaron los clientes de este sector del mercado.

2.2 Antecedentes del sector.

Según MENTINNO (2020), el aumento de tecnología proporcionada por la presencia de dispositivos móviles, computadoras y procesadores, ha generado resultados positivos en el Ecuador, en materia emprendedora, principalmente en el uso de herramientas para fomentar segmentos derivados de la actividad empresarial, como la fomentación del marketing digital, formas de comunicación electrónicas y trabajo desde casa; incluso en la actualidad, con la generación de la pandemia, el uso de dispositivos electrónicos, como los móviles, han provocado la migración de las ventas hacia plataformas digitales, redes sociales y buscadores en línea.

Según datos obtenidos a través del Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020) en su Clasificador industrial internacional uniforme CIIU Rev. 4, indica que, la venta de equipos celulares tipo Smartphone, se encuentran dentro de la categoría G474113, bajo la clasificación como equipos de telecomunicaciones; este dato se toma como referencia, para conocer el estado macroeconómico del sector, en cuanto la evaluación del segmento en la última década, criterios que se muestran a continuación, sin embargo, se observa en la recopilación de datos, que se excluye el año 2019, por falta de procesamiento de datos en las entidades gubernamentales:

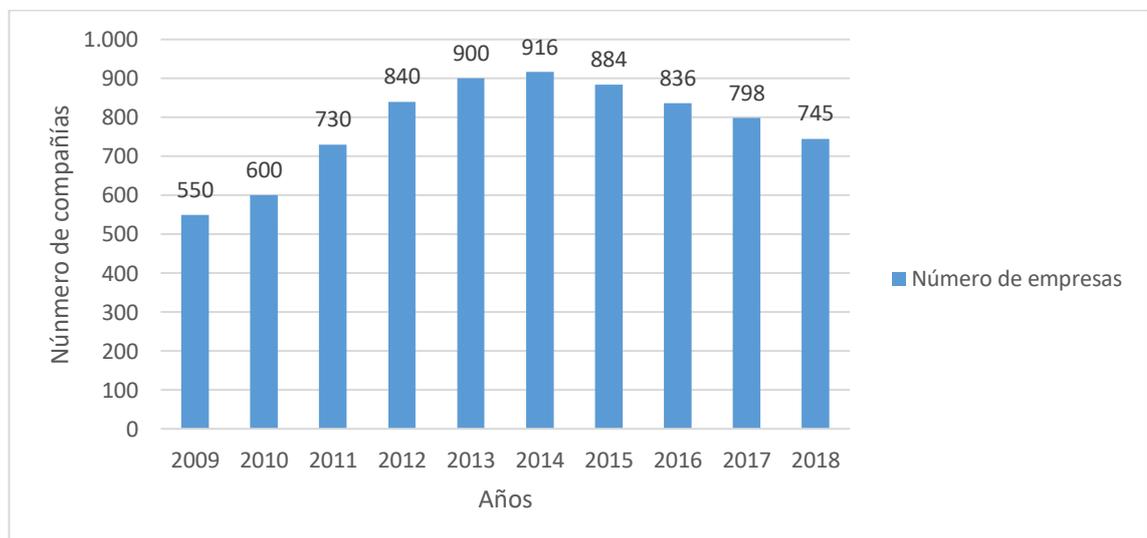


Figura 1. Número de compañías dentro del segmento de venta de celulares en el Ecuador.

Tomado de: Laboratorio empresarial, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020)

En referencia a la figura 1, se observa la evolución que ha tenido el número de empresas participantes, en un segmento de mercado directamente enfocado a la comercialización de celulares, donde partir del año 2009 se presenta una tendencia de negocios, que va decreciendo a partir del año 2015, época que coincide con la puesta en vigencia de resoluciones que comenzaron a restringir la importación de estos productos al Ecuador, sin embargo en el año 2018, el número de compañía es superior al 2009, es decir que existen más empresas que tienen esta actividad como utilidades financieras.

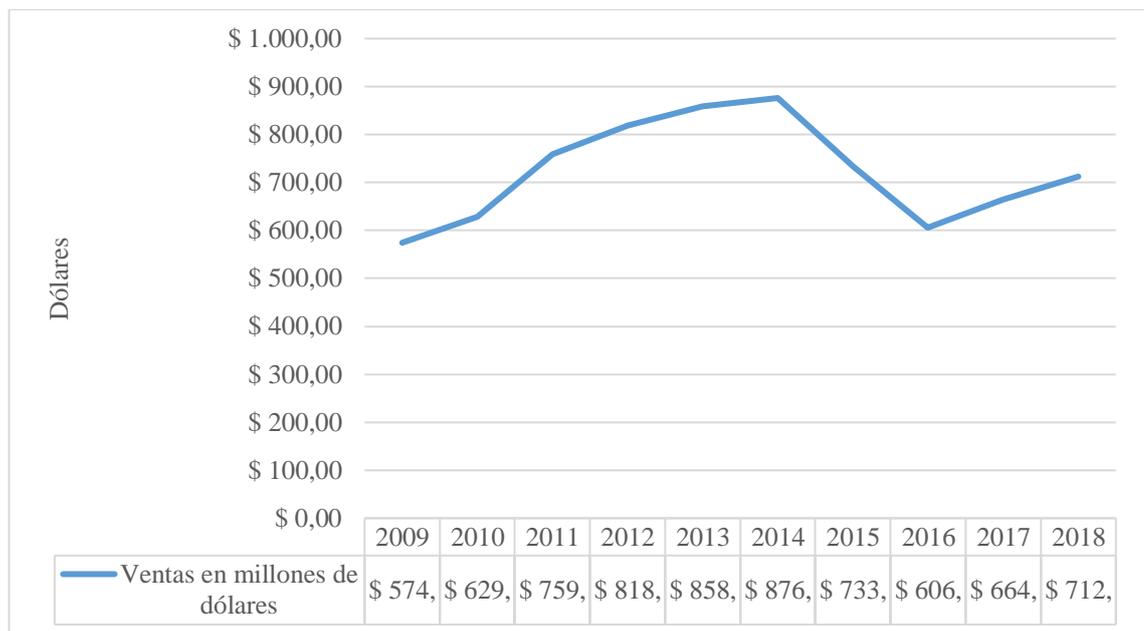


Figura 2. Ventas en millones de dólares dentro del segmento de venta de celulares en el Ecuador.

Tomado de: Laboratorio empresarial, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020)

De acuerdo con la figura 2, se observa que las ventas en millones de dólares del segmento, tiene un comportamiento similar al número de compañías, con la diferencia que el decrecimiento se genera a partir del 2014, pero con una recuperación posterior a partir del año 2016, siendo la tendencia conforme al crecimiento económico de los negocios, más aún si en este periodo las resoluciones del Comex están llegando a su final de vigencia.

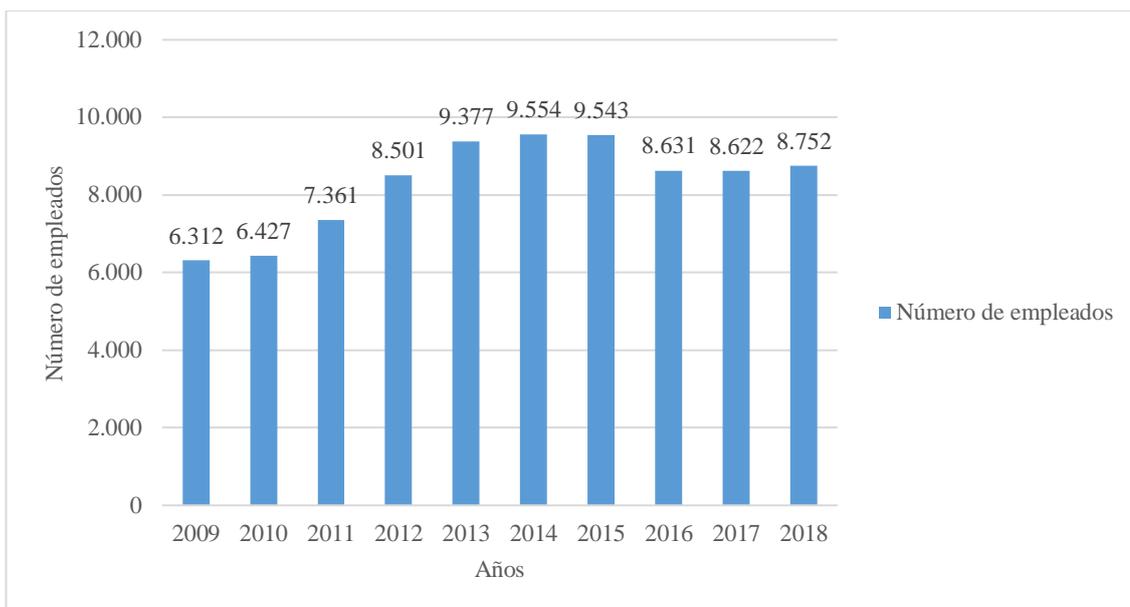


Figura 3. Número de empleados dentro del segmento de venta de celulares en el Ecuador.

Tomado de: Laboratorio empresarial, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020)

Con relación a la figura 3, el número de empleados que trabajan bajo relación de dependencia registra un aumento desde el año 2009, hasta el año 2015, fecha en dónde se contrae el mercado, siendo los registros de los años 2016 al 2018, con plazas de trabajo mucho menor, lo que aporta con criterios relevantes a las resoluciones que limitaron el número de unidades celulares importadas.

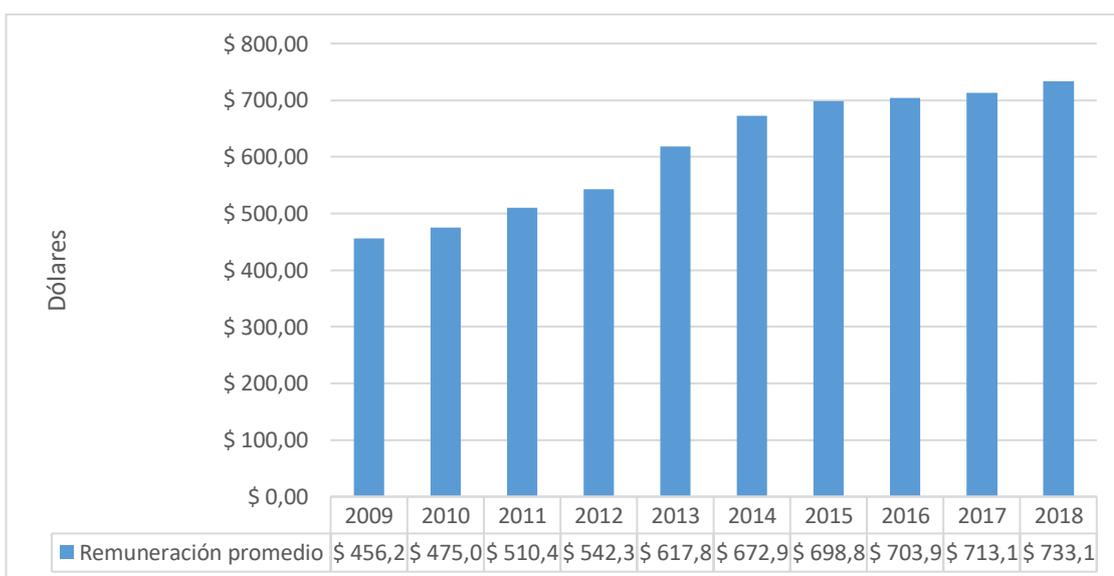


Figura 4. Remuneración promedio cancelada dentro del segmento de venta de celulares en el Ecuador.

Tomado de: Laboratorio empresarial, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020)

Para los datos referidos en la remuneración promedio cancelada dentro del segmento de venta de celulares en el Ecuador, se refiere que ha estado por encima de los valores estipulados en el salario básico unificado, partiendo del año 2009 con \$456.20 dólares por trabajador y con una tendencia ascendente, hasta ubicarse en \$ 733.10 dólares, lo que asegura la cobertura de la canasta básica familiar y que a su vez estos rendimientos aseguren una carrera en materia de desarrollo profesional, porque la contribución en beneficios cubre temas de alimentación, salud, educación y demás puntos de vista que demandan el núcleo familiar.

2.3 Teorías instituciones

Dentro del argumento de las teorías institucionales, se describen esquemas teóricos

La evolución del comercio inicia a través de los primeros intercambios de bienes y servicios a través del trueque, permitiendo que cada persona se especialice según su conocimiento y medios de producción, a fin de suplir su necesidad a través de la obtención de otro producto e intercambiarlo con algún individuo que lo requiera (Moreno, Narváez, & Sancho, 2016). Sin embargo, el trueque tiene sus limitaciones, esto debido a la tarea de conseguir aquellos individuos que se interesen en intercambiar el producto y con ello suplir sus necesidades básicas, frenando con ello toda posibilidad de desarrollo en el territorio.

Con la aparición de la moneda, este intercambio facilitó que los bienes sean intercambiados y con ello el paso a la conformación de fábricas, difusión de empleo y la oportunidad para que el cliente elija aquellos productos de interés sin disponer de un bien que sea altamente intercambiado por su contraparte. Pero en este punto existe otro límite, porque la frontera entre naciones, obliga a la investigación de leyes que regulan la presencia de productos extranjeros, además con la incertidumbre de enfrentar a mercados totalmente distintos en hábitos y costumbres.

Con la eliminación de las barreras, a través del comercio internacional, muchos países se han especializado, de acuerdo a su territorio y ventajas en el desarrollo de arte de los productores (Palacios & Reyes, 2016). Pero, así como en el desarrollo de empresas, la forma de comercializar entre países, demanda un cierto grado de

especialidad, como, por ejemplo, la necesidad de contar con bienes de consumo o transformados, con aquellos que solo se comercializan en estado natural, generando grandes diferencias entre países (Sempértegui & Chamba, 2015).

Referirse al comercio internacional, como una variante positiva o negativa, son el planteamiento que se propusieron diferentes autores que se muestran a continuación:

2.3.1 Teoría clásica del comercio internacional

De acuerdo a Smith (1776) indica que el valor de un bien debe realizarse por medio de la cuantificación del trabajo, hacia un análisis costo / beneficio, es decir, interpretar los esfuerzos de los actores del producto, a fin que estos puedan acumular un referente en términos monetarios y de esta manera lanzar un valor económico al producto en percha, de esta manera a pesar que el bien se comercialice en otros sitios, su valor debe ir de la mano con la cadena de abastecimiento que se implementó al momento de incurrir su traslado hacia el lugar de destino.

Según el autor Negishi (2000), afirma que incorporar la referencia del trabajo, sobre la oferta de precios competitivos, se debe traducir en: referirse a diferentes subdivisiones de la producción y esta a su vez delimitado por la demanda del producto, para el segundo punto, se muestra el referente de la industria líder, quien es capaz de colocar un precio o valor al producto, siendo los competidores seguidores, aquellos que tomen su ejemplo para no dañar el mercado.

Prueba del último concepto de producción y comercio competitivo, el valor del precio se puede mejorar, a través de nuevos planes de acción y de promover la especialización de un proceso, el cual busca exclusivamente que se reduzcan los costos de producción y con ello, la posibilidad de ofertar precios atractivos, sin que el beneficio se observe disminuido.

2.3.2 Teoría de ventaja absoluta en el comercio internacional

Para el autor Smith (1776) indica que un país puede convertirse en un fuerte abastecedor de un determinado bien o servicio, siempre y cuando, los proveedores de

estos insumos hagan sus ofertas con un precio inferior a la producción nacional, o que a su vez ellos dispongan de tecnología que incentiva a la economía a escala, abaratando los costos del producto, sin embargo, no considera que exista una total dependencia, porque al pasar el tiempo, la dependencia se vuelve fuerte, llegando al punto que el proveedor tenga la capacidad de fijar sus propios términos de negociación.

Una ventaja absoluta, puede ser el camino que dispongan los países para posicionarse en los mercados, como un tipo de referente; de este modo puede especializar a sus empresas, creando a su vez, nuevas unidades de producción, volviendo a los habitantes, expertos en la calidad de un determinado producto. Cabe recalcar, que la presencia de un producto debe realizarse en el marco de un comercio libre de amenazas o especulación, porque esto acarrea que un mercado entre en términos políticos, creando tensión en ambas naciones que intervienen en el comercio.

2.3.3 Teoría de la ventaja comparativa del comercio internacional

Esta teoría se basa en un patrón comercial dentro de la economía de un país, donde la ventaja competitiva que tiene una nación, la aprovecha exclusivamente para destinar su producción netamente a la exportación, mientras aquellos escenarios donde sus industrias, no tengan un desarrollo sustentable, son objeto de importación, ya que sus esfuerzos por incurrir en la producción, acarrea costos demasiado elevados, generando que los consumidores desistan en adquirir el producto.

Dentro de este concepto de ventaja comparativa, se debe analizar el costo de oportunidad que afronta en cada nación del mundo, donde solo se elige, aquellos que muestran un desarrollo, ya sea con la implementación de tecnología, o procesos de producción que ayudan a incurrir en un valor unitario atractivo, permitiendo a su vez generar un beneficio por encima de los competidores a las industrias referentes de estos segmentos de mercado.

El costo de oportunidad posiblemente se vea influenciado por argumentos como: valor de la tierra, presencia de condiciones climáticas en el mundo, implementación de tecnología, personal especializado en altos conocimientos de producción, reformas

legales, preferencias arancelarias y demás justificativos que permite que el producto pueda contar con un precio sumamente competitivo.

Con referencia al autor Vargas (2004) indica que esta teoría que se basa un óptimo comercio exterior se debe a las siguientes características:

- Abastecimiento fijo de recursos en cada país, de manera que la producción siempre tenga disponible el insumo y disponga o tenga a su disposición los medios de producción.
- Las empresas tener la flexibilidad de utilizar recursos alternativos en caso que sus insumos o sus procesos se encuentren en peligro o afectados por alguna reforma a nivel internacional.
- Disponibilidad de tecnología, cuya aplicación no dependa de otros países, lo cual puede afectar el modo de negociación o el precio final de los productos obtenidos.
- Cuantificar el valor del producto en horas trabajadas, es decir, cuanto más sean los elementos o esfuerzos que haga la empresa para mejorar la calidad de su producto, el precio percibido por los consumidores se va aumentando.
- La nación tenga un nicho o segmento de mercado que este enfocado en el desarrollo tecnológico y constante investigación.
- Mantener una economía estable, que permita obtener un costo unitario, sin importar que existan alzas por concepto de inflación o de riesgos por decisiones en nacionalizar una unidad de negocios.
- Las condiciones definidas como pleno empleo, estén en función a la realidad económica de cada país.
- Las reglas y regulaciones que estipule el país, lo haga en favor de la competencia justa y crecimiento económico.
- No existe una restricción por parte del ente gubernamental, por lo tanto, las empresas pueden desarrollarse con ventajas competitivas, a través de investigaciones, mejoramiento de la calidad e innovación tecnológica en los procesos de producción.
- No existe influencia considerable del transporte, es decir, no aumentan considerablemente el costo de producción del artículo que se pretende comercializar.

Con estas referencias, se puede concluir que la ventaja competitiva en el comercio internacional, trata de obtener procesos, formas de distribución y decisiones a fin de incrementar el valor del producto en la percepción del consumidor, sin que el precio supere este criterio, ocasionando que el mercado especifique como dependiente y mantenga una demanda fija, que le permita al país proveedor, desarrollar por completo toda una industria.

2.3.4 Teoría del enfoque marxista en el comercio internacional

Resumiendo, la teoría clásica del comercio, como de la ventaja absoluta y comparativa, tienen una característica en común, sus pensamientos están a favor de una economía libre y capitalista, porque indican que la ventaja en el comercio internacional, se fija a través de las acciones de cada compañía y la disponibilidad a través de leyes y reglamentos, nuevas formas para permitir el abastecimiento de materia prima y tecnología de procesamiento de producción.

En este punto se fija una teoría diferente, basada en un modelo comunista, característico de Karl Marx, donde hace una referencia que el comercio internacional, es una negociación de desventaja, porque no todos los países presentan ventajas, algunos no disponen de tecnología para agregar valor industrial a los productos, con ello, se limitan a una competencia por valor, porque no existen diferenciales y donde los países que requieren del insumo, disponen de los capitales para adquirir la materia prima (Pérez, 2017).

En cuanto a los países que tienen a la industria como punto de ventaja para el desarrollo de los productos, son aquellos que obtienen un beneficio mayor, porque el consumidor final paga tanto por el valor de la materia prima, así como el esfuerzo del procesamiento industrial, llevando con ello un poder de negociación, hacia aquellos países que no disponen de dicha tecnología para producir ese tipo de artículos. A partir de aquí, a nivel político se pueden identificar dos tipos de países:

Países desarrollados, son aquellas naciones que disponen de tecnología e industrias para procesar la materia prima, generando segmentos de mercado nuevos y disponibles

para obtener beneficios en el país de origen como en territorios donde exista una necesidad que puede ser cubierta por el artículo en mención.

Países en desarrollo, son aquellas naciones que no disponen de la tecnología para procesar sus productos, por lo que comercializan los artículos sin ningún tipo de transformación, obligando que su precio sea reducido por la alta competencia, sin que a su vez se obtenga nuevas ventajas, por su nulo concepto de diferenciación.

2.3.5 Teoría tributaria (1959)

De acuerdo a Ricardo (1959), plantea una teoría tributaria que centra el problema principal del desarrollo financiero de una nación, para el área económica se asigna la regulación la legislación de carácter tributario, sugiriendo que se deben determinar leyes con la capacidad de controlar la distribución de la riqueza de los propietarios de los medios de producción. En referencia a este autor el problema de su época era la desproporción que existía entre los derechos de las personas en el tema económico, generando que unos individuos se enriquezcan y para otros, a pesar del esfuerzo en el trabajo, cada día se empobrecían.

Este autor también hace referencia que la forma o mecanismo para controlar y repartir la riqueza, está en función a la ideas políticas y sociales presente en la economía, porque en ella se evidencia la pugna de intereses entre las diferentes clases sociales, porque algunas de pueden manipular la información provocando entre la población una aceptación o negatividad ante las reformas tributarias. La importancia de los impuestos con este planteamiento, basan su relevancia en convertirse en parte de los productos que se obtienen en los medios de producción, recursos que se ponen a disposición del Gobierno Nacional, precautelando que se calculen en función a los beneficios obtenidos de las empresas privadas.

2.3.6 Teoría de la competitividad (2009)

Todos los países generan políticas económicas y tributarias en favor que las empresas logren mantener y generar una mayor competitividad entre empresas, del mismo modo, por parte de ellos, los inversionistas deben aportar con capitales y buscar

ideas de negocios que existan en el mercado; de acuerdo a Bateman & Snell (2009) indican que la competitividad debe ser sostenible con el tiempo, porque a través de la implementación de políticas y capacitación se pueden superar obstáculos sin que ello represente adicionar un costo de producción un valor que impacta directamente al precio.

Con referencia a Porter, en su teoría de ser competitivo, relaciona el concepto de competitividad al siguiente criterio:

La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad (Porter, 2010).

Dentro del concepto de competitividad, se encuentra una definición que trata de la dependencia de este resultado en la productividad, en donde interviene directamente el factor humano, constatando la relación con la elevación de la calidad de vida de la población, porque a través del trabajo, se puede contribuir por medio de la remuneración a cubrir presupuestos familiares y por ende acceso a beneficios por parte de los integrantes de la familia. Con referencia al concepto de productividad se describe lo siguiente:

La productividad es un concepto base para determinar el nivel de vida de un país y del ingreso nacional por el número de habitantes, a través de la productividad de los recursos humanos se establece salarios, nivel de intensidad del trabajo, el capital humano y los beneficios que pueden percibir los propietarios de los medios de producción (Porter, 2010).

Con referencia a Porter, el resultado de una productividad a favor de la eficiencia, aumentaría los niveles de vida de la población, porque esto permite maximizar las ganancias y disponer de estos recursos para cancelar una remuneración base cada vez mayor, además de respetar las condiciones ambientales que puedan ser afectas con prácticas empresariales más ahorrativas como la falta de tratamiento de residuos o prácticas de reciclaje.

En referencia a los criterios de la CEPAL (2001), está de acuerdo con la temática de Porter, agregando que la competitividad como herramienta de dirección

hacia el desarrollo de países latinoamericanos, no debe limitarse al accionar privado, sino que también debe tener injerencia pública, porque de acuerdo a balanzas de pagos, la inclusión de capitales externos es limitado, esto debido a la falta de confianza y riesgo que algunos empresarios observan en estos países, por lo tanto el accionar de un organismo gubernamental, asegura crear las plazas de trabajo que no pueden cubrir el sector privado, y además crean programas complementarios para mejorar la competitividad entre empresas, tales como políticas a favor de comercializar en mercados internacionales, cooperación entre ministerios entre otros.

2.4 Teorías de aplicación metodológica

2.4.1 Tratamiento metodológico

Por ahora se han tratado dos escenarios, el primero la exposición de un escenario empírico, el cual conformó una problemática a través de antecedentes, que se intuye, son relacionados entre sí, dando como resultado un efecto negativo de las medidas arancelarias con referencia al nivel de ventas de los negocios que se dedican a la comercialización de Smartphone y un segundo criterio, donde la implementación de aranceles, ayuda a motivar el desarrollo de un sector que se dedique a la fabricación, evitando con ello el sobre precio de equipos y adicionalmente aumentar las plazas de trabajo para este sector.

De acuerdo a Muñoz (2016) en su tratamiento de investigación, un estudio puede ser desarrollada de una manera experimental y no experimental. La investigación experimental se destaca por su criterio de abordar una problemática que requiere la participación del investigador, donde su incorporación parte desde la creación de un ambiente empírico, manipulación de las variables, medición de sus efectos y el planteamiento de una solución, que busca mitigar el problema, si el mismo no genera un resultado aceptable, el proceso se repite hasta que el mismo desaparezca del ambiente.

En cuanto a la investigación no experimental el autor Muñoz (2016), simplifica el tratamiento de la información, donde a través de un informe de la investigación descriptiva, emplea la observación directa y opiniones de los sujetos del estudio, para confirmar el problema la existencia del problema y luego emitir una solución que se base en explicar mejor el objeto estudiado, ésta puede terminar o no en una propuesta,

además dependiendo del esquema de análisis se asegura si requiera la misma una proyección de beneficios.

2.4.2 Tipos de investigación

2.4.2.1 Investigación descriptiva - conceptualización

Partiendo del concepto de la investigación descriptiva, el autor Arias (2012), indica que la implementación de esta metodología, asegura que el investigador, pueda describir el objeto en estudio, asemejar sus efectos como resultados de la presencia de un problema y finalmente recomendar en función de las falencias, conceptos claros y precisos de su problemática, es decir garantizar que el escenario pueda ser narrado, especificando a los actores que participan en el escenario y exponer criterios a favor o en contra de su presencia.

2.4.2.2 Investigación histórica - conceptualización

Para Palella & Martins (2006), la investigación histórica se detalla, los conceptos claves, que permiten interpretar si la información obtenida se encuentra en el presente o es parte de valor que ya generaron resultados, argumentando el año que fueron procesadas, de manera que al final, se expongan, si los efectos están en el presente, o forman parte de un pasado que no está vigente, pero que es importante tomar en consideración, para concluir si es necesario tomar una propuesta a favor del desarrollo o de documentar un accionar negativo al sujeto de estudio.

2.4.2.3 Investigación explicativa - conceptualización

Para Arias (2012) la investigación explicativa, aporta mucho a un criterio de conclusión en tratamientos empíricos, conceptuales y de resultado, porque permite sintetizar en pocos argumentos lo que sucede con la presencia del problema, posteriormente mira la relación entre variables y finalmente concluye el efecto y recomendaciones frente a ese escenario.

2.4.3 Enfoques de la investigación - conceptualización

En cuanto al enfoque, en función a los autores Palella & Martins (2006), esto depende del tipo de datos que se tomen para referir el estudio, agrupándolo en dos grandes tipos, el primero un tratamiento de datos cualitativos, que hace referencia a información obtenida a través de cualidades sobre el objeto de estudio, que lo asemejan como un grado de relevancia o que descarten que los mismos sean considerados para un estudio posterior, se recomienda que estos enfoques, sean referidos a través de un experto en el área.

En cuanto al segundo enfoque, Palella & Martins (2006) indican que, la información recibida puede contener criterios cuantitativos, es decir a través de su medición, pueden ser agrupados como relevantes o secundarios y esta metodología debe ser apoyada a través de un estudio previo y cuyas sumas y restas tengan un resultado creíble, es decir se base en un análisis de otros expertos.

2.4.4 Cálculo de la muestra – conceptualización

De acuerdo a Torres (2016) el objetivo del muestreo es estimar parámetros de la población, tales como la media o el total, con base en la información contenida en una muestra. Conocer la teoría de muestreo hace que éste sea más eficiente. Permite desarrollar métodos de selección de muestras y de estimación, que proporcionen, al menor costo posible, estimaciones con la suficiente exactitud para los propósitos establecidos. Para ello se debe predecir la precisión y el costo esperado.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2}{e^2}$$

Para determinar el tamaño de una muestra se deberán tomar en cuenta varios aspectos, relacionados con el parámetro y estimador, el sesgo, el error muestral, el nivel de confianza y la varianza poblacional.

Z^2 = valor del crítico de distribución normal según el nivel de confianza. El nivel de confianza, por su parte, es la probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad; es decir, que caiga dentro de un intervalo determinado basado en el estimador y que capte el valor verdadero del parámetro a medir.

σ^2 = desviación típica o probabilidad de éxito o fracaso. El parámetro se refiere a la característica de la población que es objeto de estudio y el estimador es la función de la muestra que se usa para medirlo.

e^2 = margen de error. El error muestral siempre se comete ya que existe una pérdida de la representatividad al momento de escoger los elementos de la muestra. Sin embargo, la naturaleza de la investigación nos indicará hasta qué grado se puede aceptar.

2.4.5 Escala de Likert

La escala de Likert se utiliza con gran profusión, tanto en la psicología aplicada como en otros ámbitos (estudios de opinión, marketing, etc.), ya que la verbalización forzada que supone responder conforme a este formato conlleva una serie de ventajas, entre las que destacamos: menor ambigüedad de respuestas que las obtenidas con otro tipo de cuestionarios, mayor cercanía de las respuestas al objetivo del investigador, permiten recabar más información en menos tiempo, etc.

En el contexto de las investigaciones dirigidas a resolver esta cuestión, un procedimiento que ha resultado útil ha sido el método de estimación de magnitud, desarrollado por Stevens (1975). Básicamente, el procedimiento consiste en presentar al sujeto una serie de estímulos, en nuestro caso, categorías de respuesta o cuantificadores lingüísticos, con uno de ellos actuando como referente y al que el sujeto asigna un valor de su elección.

La escala tipo Likert es un instrumento de medición o recolección de datos cuantitativos utilizado dentro de la investigación. Es un tipo de escala aditiva que corresponde a un nivel de medición ordinal; consiste en una serie de ítems o juicios a modo de afirmaciones ante los cuales se solicita la reacción del sujeto. El estímulo (ítem o juicio) que se presenta al sujeto, representa la propiedad que el investigador está interesado en medir y las respuestas son solicitadas en términos de grados de

acuerdo o desacuerdo que el sujeto tenga con la sentencia en particular. Son cinco el número de opciones de respuesta más usado, donde a cada categoría se la asigna un valor numérico que llevará al sujeto a una puntuación total producto de las puntuaciones de todos los ítems. Dicha puntuación final indica la posición del sujeto dentro de la escala.

Las actitudes son lo que principalmente se pueden medir con una escala tipo Likert. Los pasos que se requieren seguir en la elaboración de una escala Likert son los siguientes: 1) conocer la actitud o variable a medir, 2) elaborar ítems relacionados con la actitud o variable que se quiere medir, 3) administrar la escala a una muestra de sujetos que van a actuar como jueces, 4) asignar los puntajes a los ítems según su posición positiva o negativa, 5) asignar los puntajes totales a los sujetos de acuerdo al tipo de respuesta en cada ítem, 6) efectuar el análisis de ítems (validación y confiabilidad), 7) construir con base en los ítems seleccionados la escala final, y 8) aplicar la escala final a la población en la cual se validó el instrumento.

2.5 Marco Conceptual

2.5.1 Presupuesto General del Estado

De acuerdo a la Constitución del Ecuador (2008), en su artículo 292 señala que el Presupuesto General del Estado es el instrumento para la determinación y gestión de los ingresos y egresos del Estado, e incluye todos los ingresos y egresos del sector público, con excepción de los pertenecientes a la seguridad social, la banca pública, las empresas públicas, y los gobiernos autónomos descentralizados.

Por lo consiguiente, se puede definir el Presupuesto General del Estado como la estimación de los recursos financieros que tiene el Ecuador; tomando en cuenta sus ingresos (venta de petróleo, recaudación de impuestos, etc.), gastos (de servicio, funcionamiento estatal para educación, salud, vivienda, agricultura, seguridad, transporte, electricidad, entre otros.)

2.5.2 Tributos

De acuerdo a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI) ecuatoriano, los tributos “son ingresos públicos, creados por ley, en base de la capacidad contributiva del pueblo y encaminado a darle recursos al Estado para prestar servicios públicos que satisfagan las necesidades colectivas”. Estos se dividen en:

2.5.3 Impuestos

Los impuestos son la parte más importante de los ingresos públicos. Entre las principales características de los impuestos se pueden citar las siguientes:

- Prestaciones en dinero o en especie.
- Son establecidos por la ley.
- Son de carácter coactivo, es decir, si no se cumplen el Estado puede utilizar el poder legal para hacerlo cumplir.

Los principales elementos de los impuestos son los siguientes:

- El hecho imponible: Es la circunstancia que origina la obligación tributaria del sujeto pasivo (persona natural o jurídica que está obligada al pago.)
- La base imponible: Es la cuantificación y la valoración del hecho imponible.
- El tipo de gravamen: Es la proporción que se aplica sobre la base imponible para calcular el gravamen.

2.5.4 Sistema Tributario Ecuatoriano

Un sistema tributario se traduce como un factor indispensable para el funcionamiento y financiamiento de un Estado y para crecimiento de una economía, donde el método de recaudo depende de la política fiscal vigente (Castañeda, et al., 2015). También se considera como sistema tributario a la organización legal, administrativa y técnica que genera un estado con el propósito de ejercer de forma eficaz y efectiva el poder tributario mediante el establecimiento de política fiscal, la cual consiste en una política económica que configura el presupuesto estatal, incluyendo variaciones a corto plazo de producción, empleo y precios como lo menciona la teoría keynesiana (Restrepo, 2015).

Por lo tanto, el sistema tributario representa un instrumento de política económica que permite la dotación de ingresos permanentes al Estado y de esta manera pueda

cumplir con sus funciones, fomentando la producción y generación de empleo. En el Ecuador, el sistema tributario es considerado como un elemento de reforma y equidad social y representa el conjunto de impuestos o tributos que constan en la legislación ecuatoriana.

2.5.5 Servicio de Rentas Internas

Los impuestos que constan en la legislación ecuatoriana son recaudados y administrados por el Estado a través de la siguiente entidad:

Por medio de la Ley No. 41, publicada en el Registro Oficial, el 2 de diciembre de 1997, se creó el Servicio de Rentas Internas, como una entidad técnica y autónoma cuya función principal es la administración y recaudación de los impuestos nacionales. Además, promueve la equidad redistributiva para el bienestar de la colectividad.

La tendencia de los principales impuestos recaudados en el Ecuador son los siguientes:

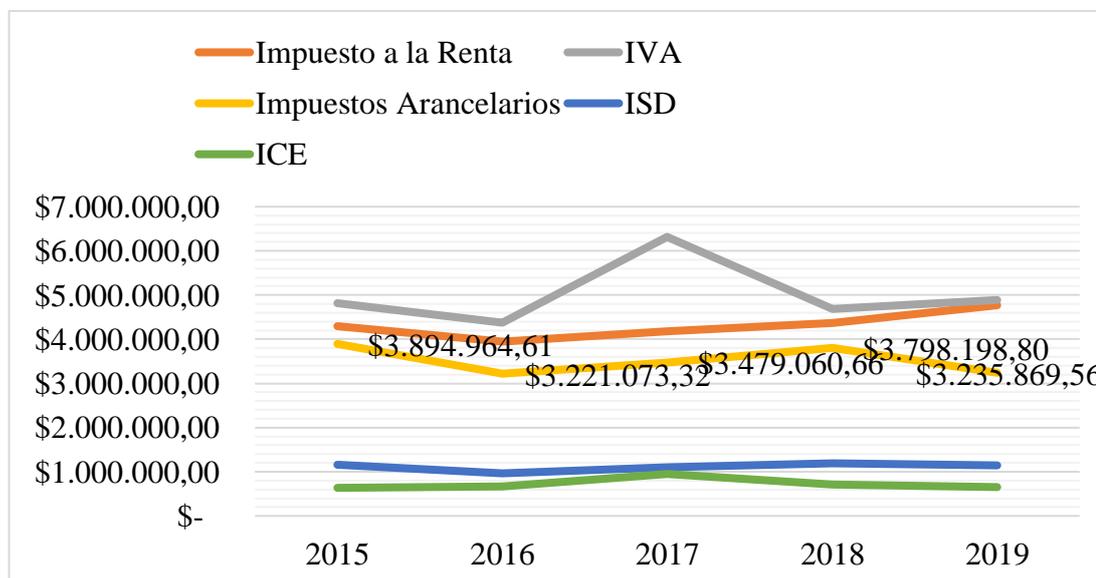


Figura 5. Recaudación de impuestos en el Ecuador, entre los años 2015 al 2019. Tomado de: Estadísticas de recaudación tributaria, Servicio de Rentas Internas

En este gráfico se puede observar el comportamiento de las recaudaciones de los principales impuestos tributarios en el Ecuador durante los años 2015–2019, por lo que el impuesto que tiene mayor representatividad por recaudación es el IVA

(Impuesto al Valor Agregado), el cual durante el 2015 se recaudaron \$4,816,666.72 mientras que, el año 2017 fue el de mayor recaudación por \$6,317,103.04 y finalmente en el año 2019 concluyeron con un monto de \$4,884,849.57.

Por otro lado, el impuesto a la renta ha tenido una tendencia creciente a partir del año 2016 con una recaudación total por \$ 3,946,284.23 hasta el año 2019 con un monto de \$ 4,769,890.75. En cuanto a impuestos arancelarios se refiere, durante el 2015 se logró una recaudación total por \$3,894,964.61 y durante los años 2016 a 2018 presento un leve crecimiento, por el contrario, durante el año 2019 decreció el monto de recaudación a \$3,235,869.56.

En 2018 las recaudaciones que se obtuvo por parte del sector de las telecomunicaciones fueron de USD \$611.852.523, mientras que en el 2019 la cifra recaudada fue de \$ 568.385.131, sin embargo, la segregación de la cuenta ICE nos muestra una variación baja desde el 2017 al 2019

2.5.6 Importación

La importación se define como un proceso con finalidad comercial o de uso personal, por la cual ingresa al país productos de una determinada nación, con características que suelen ser revisadas por agentes aduaneros, constando que no representan un riesgo para la nación y que sus componentes, estén enmarcados a las reformas aduaneras tipificadas en la ley (Rodríguez & Zúñiga, 2018).

2.5.7 Arancel

La conceptualización del arancel corresponde al porcentaje que se grava sobre la totalidad de insumos o productos que se destinan para la importación o la exportación; en función a la legislación que se maneje, el nombre del arancel puede cambiar dentro de la partida como, por ejemplo: se aplica un ad valorem sobre el valor total de la carga que se declara, luego de proceder a la revisión por parte del agente aduanero, también se pueden incluir otros impuestos característicos de cada nación, según el tratamiento legal generado y el riesgo que represente a su industria nacional (Rodríguez & Zúñiga, 2018).

A continuación, se detallan los impuestos que entre los años 2012 al 2019 se presentaron como porcentajes sobre la importación de celulares en el Ecuador:

- **15%** de arancel por importar un celular.
- **12%** del impuesto al valor agregado (IVA).
- **0,5%** por el Fondo de Desarrollo de la Infancia (Fodinfra).
- **5%** ISD (Impuesto a la Salida de Divisas)

2.5.8 Cupos de importación

Es una técnica que se aplica a la importación de productos de características específicas, con la finalidad de disminuir, limitar y desincentivar la compra en el mercado internacional, justificando ante la Organización Mundial de Comercio, un posible daño a la economía local y a la industria nacional, por ello, a través de resoluciones se puede dictar de manera de momentánea o permanente, la adquisición de productos (Rodríguez & Zúñiga, 2018).

2.6 Marco Legal

2.6.1 Resolución 64 – 2012

La resolución 64 del Comex, establece que los CKD importados pagaran el 100 por ciento del arancel consolidado por el bien terminado, este porcentaje podrá disminuir siempre en la medida en que el porcentaje del producto ecuatoriano del bien ensamblado sea mayor:

Tabla 1.
Porcentaje de arancel en función al porcentaje de producción nacional incorporado

% de Producto Ecuatoriano Incorporado	Arancel a pagar Ad valorem	Observaciones
<5	15.00%	
5	7.50%	
6	6.60%	
7	5.70%	

8	4.80%	
9	3.90%	
10 o superior	3.00%	Arancel mínimo

Tomado de: Acuerdo Ministerial 265 del Registro Oficial.

Estos afectan a la subpartida 8517120010, en cuanto al cálculo de componente nacional se lo puede revisar mediante el Acuerdo Ministerial 265 del Registro Oficial 313 del 18 de agosto del 2014.

2.6.2 Resolución 67 - 2012

De acuerdo a los siguientes artículos, se reguló y restringió la importación y comercialización de celulares en el Ecuador durante su vigencia y que posiblemente afectó los ingresos de los negocios que se dedican a este tipo de actividad comercial:

Artículo 1.- Se establece una restricción cuantitativa anual para la importación de teléfonos celulares, clasificados en la subpartida 8517.12.00.90, en los términos establecidos en el Anexo I de la presente Resolución. La restricción cuantitativa está fijada por unidades de teléfonos y por valor. De esta manera, los importadores deberán respetar los dos parámetros en forma conjunta para poder nacionalizar sus mercancías.

A través de este artículo, se establece que, las empresas autorizadas para comercializar este tipo de productos, se encuentran restringidos en importar la cantidad ilimitada de estos dispositivos, siendo estos negativos para la economía ecuatoriano por la salida de divisas que esto representa.

Artículo 6.- Se prohíbe la importación de teléfonos celulares a través de Correos del Ecuador, Mensajería rápida o Courier, o a través de personas naturales que ingresen por las salas de arribo internacional de pasajeros, pasos fronterizos, o puertos marítimos. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador deberá ordenar el reembarque de estas mercancías en cuanto sean aprehendidas.

En función a esta resolución, se muestra que, de manera personal, las personas que no se dediquen a esta actividad, no podrán importar bajo título propio celulares sin que estos a su vez no estén dirigidos a comercio interno.

2.6.3 Resolución 034- 2014

Se extiende únicamente cupos adicionales de importación en 266.044 unidades para la compra de teléfonos con tecnología 4G-LTD para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, la cual entra en vigencia desde el 12 de noviembre del 2014

2.6.4 Resolución 024-2015

Se emite una prórroga hasta el 31 de diciembre del 2015, la vigencia de la resolución 67 del COMEX junto con la resolución 034 – 2014 sobre reformas en la importación y designación de cupos, además de compensar cupos con la vigencia de normas de reciclaje expedidos en las resoluciones 100 y 104, los cuales estarán en vigencia hasta el 31 de diciembre del 2015, las unidades para cada establecimiento se definen en el anexo uno de la respectiva resolución.

2.6.5 Resolución 049-2015

En función a esta resolución del Comité de Comercio Exterior, manifiesta que la importación de celulares tiene un límite en criterios de valor FOB de 250'000,000 dólares, cuyas unidades físicas no deben superar los 2'663.762 unidades físicas de celulares, bajo la modalidad trimestral en función a la siguiente tabla:

Tabla 2.

Cuotas de importación de celulares por trimestre

Trimestre	Unidad	FOB
Primer trimestre	559.791	50'115,160
Segundo trimestre	801.609	74'242,826
Tercer trimestre	517.594	52'614,842
Cuarto trimestre	784.768	73'027,172
Total	2'663.762	250'000,000

Tomado de: Resolución 49 – 2015 COMEX

Estas cuotas entran en vigencia desde el 01 de enero del 2016 hasta el 31 de diciembre del 2016. Posteriormente mediante se incorpora un arancel del 15% en función a los códigos arancelarios de la resolución 59 del 17 de mayo de 2012:

Tabla 3.

Tarifa arancelaria para teléfonos móviles para el 2016

Código	Mercadería	UF	Tarifa arancelaria
9807.20.50	Celulares		
9807.20.50.10	Teléfonos móviles Smartphone	U	15
9807.20.50.20	Teléfonos móviles feature pone	U	15
9807.20.50.90	Los demás	U	15

Tomado de: Resolución 49 – 2015 COMEX

2.6.6 Resolución 020-2017

La resolución 020- 2017 se adoptó el 15 de junio del 2017, la cual buscó reformar los aranceles en el Ecuador de todas las mercaderías, en función a la metodología de la resolución 59 que se emitió el 17 de mayo del 2012; con referencia a los Smartphones, estos quedaron de la siguiente manera en cuanto al manejo de su nomenclatura y porcentajes arancelarios:

Tabla 4.

Tarifa arancelaria para teléfonos móviles en partes y piezas para el 2017

Código	Mercadería	UF	Tarifa arancelaria
8517.12.00.22	En CKD	U	15%
8517.12.00.29	Los demás	U	15%
9807.20.50.10	Teléfonos móviles (Smart pone)	U	15%

Tomado de: Resolución 020 – 2017

2.6.7 Resolución 025–2019

Esta resolución entra en vigencia a partir del 4 de octubre del 2019 el cual reforma el porcentaje de tarifa arancelaria establecido el 23 de agosto del 2017 mediante la resolución 020 – 2017.

Tabla 5.

Tarifa arancelaria para teléfonos móviles en partes y piezas para el 2019

Código	Mercadería	UF	Tarifa arancelaria
8517.12.00.22	En CKD	U	0%
8517.12.00.29	Los demás	U	0%
9807.20.50.10	Teléfonos móviles (Smart pone)	U	0%

Tomado de: Resolución 025 – 2019 COMEX

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Es importante ratificar que, dentro de la metodología de la investigación, se proponen aquellos criterios que permiten en documentar, describir y comprobar que los argumentos presentados en la problemática existen y que, a su vez, permiten establecer una conclusión; en este caso, analizar la tendencia en ventas y el impacto en la recaudación tributaria a través de las reformas arancelarias aplicadas a las importaciones de teléfonos celulares Smartphone, ratificando que el producto en análisis se ha vuelto parte de la cotidianidad de los ecuatorianos, porque ayuda la comunicación tanto en las relaciones de trabajo como personales.

Para el desarrollo de la metodología, esta se divide en los siguientes puntos:

Metodología de la investigación, describe el papel del investigador dentro del escenario de análisis, donde se argumenta, cómo los datos obtenidos actúan en el entorno, todo esto para comprender, si la alteración de resultados es provocada propia de factores externos o existen un efecto dónde la interacción con el objeto investigado, provoca reacciones a favor o en contra que pueden cambiar las conclusiones.

En cuanto al tipo de investigación, se selecciona la forma como, los datos encontrados en el escenario de análisis, se deben de recolectar, además de previamente seleccionar la herramienta de recolección de datos adecuada, para lo cual se eligen una serie de combinaciones, donde el resultado final sea poder identificar dos distribuciones de datos, la primera que detalle la evolución en ventas del sector y la segunda que muestre el nivel de recaudación tributaria por medio de aranceles, todo esto para posteriormente comprobar la hipótesis.

Enfoque de la investigación, describe la naturaleza de los datos, es decir, si la recolección de información traerá consigo el tratamiento de datos cuantitativos o cualitativos, todo esto para seleccionar las técnicas que ayuden a crear informes económicos, donde se demuestre que la hipótesis planteada se acepta o se rechaza.

Para la técnica e instrumentos de recolección de datos, se describen las opiniones de expertos en el área tributaria y económica, que describan, si las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional, promueven el desarrollo económico, focalizan la presencia del impuesto hacia un sector que quizás requiere enfoque industrial para contribuir con la generación de empleo, o se trata de una barrera para el emprendimiento y el riesgo de desabastecer un mercado que requiere de la tecnología para complementarlo con otras actividades productivas.

Finalmente se expone un análisis de resultados, donde se evalúa financiera y económicamente el sector de los Smartphone, concluyendo si la evolución por aranceles, es recíproca de manera positiva hacia el comportamiento en ventas o es del todo contraria, sobre todo si la medida afecta a comerciantes que tienen este negocio como actividad productiva.

3.1 Metodología

En cuanto al tratamiento empírico del capítulo 1, la presencia de un problema sobre la importación de celular en el Ecuador, afectada principalmente por la generación de tributos que impactan tanto en la adquisición por el limitado número de unidades, como el alza en precios de los productos, se concluye que, este tratamiento tiene origen en un tema macroeconómico y debido a la dificultad de obtener un tratamiento de propuesta, por la necesidad de pasar por una resolución, se aplica una investigación no experimental, la misma que requiere los siguientes conceptos para emitir un informe válido que explique el problema.

- Usar la observación directa, para conocer el nivel de ventas del sector.
- Usar la entrevista de especialistas en el área macroeconómica para constatar si la implementación de impuestos ayuda al desarrollo de una industria o crea barreras de entrada.
- Implementar técnicas de procesamiento de información, para comprobar la hipótesis.
- Argumentar cuantitativa y cualitativamente la hipótesis y referir estudios posteriores al tratamiento del problema.

Por lo tanto, se esquematiza el tratamiento de la información a través de una investigación no experimental, cuyos resultados son históricos y que no requieren la manipulación previa, porque sus efectos serán expuestos en el informe final. A continuación, se selecciona el tipo de investigación, en función al tratamiento de datos a obtenerse.

3.2 Tipo de investigación

De acuerdo a López & Sandoval (2016) indican, que dependiendo al origen de los datos y su exposición a convertirlos en información relevante, es relevante el uso de una determinada investigación, por ello, para el apoyo de las conclusiones, se utilizan los siguientes conceptos.

3.2.1 Investigación descriptiva.

Con referencia al tema de análisis propuesto, sobre la relación existente entre el nivel de ingresos del sector importador de celulares y la implementación de medidas arancelarias que se generaron a través de la recaudación, se puede argumentar que, se tiene dos actores especificados, el primero que corresponde al sector en particular de importación de celulares y el segundo el accionar del Gobierno Nacional, que actúa como regulador de dicha actividad, con una finalidad en particular, la cual se podrá esclarecer consecuentemente.

3.2.2 Investigación histórica

En la presente investigación, la referencia de aplicación de una investigación histórica, parte de la necesidad de disponer de datos que muestren la evolución del sector importador de celulares, la presencia de medidas arancelarias que influyeron en la comercialización y si las mismas guardan una relación directa de evolución, porque de acuerdo al tratamiento empírico, la falta de planificación, de impulsar un Ecuador a base de industrias, se perjudicó notablemente a los comercios que se dedican a esta actividad, además de afectar el bolsillo de los consumidores, porque estos a su vez presenciaron una escasez de modelos y precios por encima de sus expectativas.

3.2.3 Investigación explicativa

En función a la exposición del problema, la investigación explicativa aporta con el desarrollo de técnicas que muestren la relación entre variables, y una vez establecidos los conceptos, aseverar que, si ambos guardan una relación, comprobando si el conocimiento empírico del capítulo 1 está presente, pero refiriéndolo a través de bases sólidas.

3.3 Enfoque

Para la presente investigación, aplicar una metodología basada en un enfoque cualitativo, significa que se recopilará información a través de un experto en el área, el mismo que bajo un conocimiento previo, pueda aportar con una explicación simplificada y concisa de la presencia de aranceles y el desarrollo económico y financiero del sector importador de Smartphone en el Ecuador.

Con referencia al cumplimiento del enfoque cuantitativo, este se lo aplica a través de la presencia de informes de las empresas que conforman el sector, siendo la explicación de su evolución, la presencia de un factor a favor de la generación de aranceles para motivar al crecimiento total del sector importador de celulares y un acierto para el Gobierno Nacional, porque entre más empresas se sumen al sector, mayores son las posibilidades que se pueda aportar con la generación de tributos.

La aplicación de un enfoque cuantitativo, permite constatar mediante un análisis financiero la evolución del sector, su accionar, nivel de inversión, endeudamiento y rendimiento tanto financiero como económico para aquellos inversionistas que apuestan sus capitales a esta alternativa; por el lado de los tributos, es importante constatar que exista un crecimiento o suplan sus necesidades de recaudación, porque significa gravar mayores tributos a conceptos que antes no se encontraban contempladas.

3.4 Técnica e instrumentos

En cuanto a la técnica de recolección de datos, esta se selecciona con la observación directa, a través de una ficha que muestre desde la perspectiva de los autores, la

situación actual del sector, la disponibilidad de productos y la competitividad entre las empresas más importantes que tienen como giro del negocio, la comercialización de Smartphone en el Ecuador.

Como segunda técnica de recolección de datos, se toma como referencia a la entrevista, la cual se hace referencia a través de expertos en el área, tanto a personas que se dedican a la venta de Smartphone como buscar soluciones de comunicación para sus clientes, con el fin de conocer las fortalezas y oportunidades que en este momento se encuentran en el sector.

Como segunda fuente secundaria, se establece la necesidad de incorporar las opiniones de expertos en el esquema tributario, porque aportan con las razones de la presencia de aranceles y además de afirmar cuáles son las perspectivas del Gobierno Nacional hacia el desarrollo de este sector, es decir se complementan esquemas de debilidades y amenazas que se deben contemplar para avizorar un futuro de desarrollo para el sector.

Finalmente, se hace una pequeña encuesta dirigida hacia los consumidores, con referencia al impacto de impuestos que deben pagar por la compra de un Smartphone y el grado de importancia que representa este aparato tecnológico que, de acuerdo a la premisa establecida de manera empírica en el capítulo 1, se establece como herramienta complementaria para el desarrollo de actividades tanto personales como de carácter laboral, porque facilita la información, la idea es disponer de un comportamiento del consumidor en función al desarrollo de este sector.

3.5 Población

En referencia a los autores Toro y Parra (2006) indica que la población es el conjunto de elementos estrechamente relacionados por características en común y asociadas a la generación de un problema de estudio. Para la presente investigación se toma como referencia tres sujetos de estudio que aportan con información relevante para la conclusión del Estudio:

- Expertos en el área tributaria.

- Comerciantes de Smartphone.
- Importadores de Smartphone.
- Consumidores finales.

Sin embargo, para obtener resultados válidos en cuanto a la recopilación de información, se determina a continuación, el número de sujetos que se requieren para cada uno de los grupos propuestos:

3.6 Muestra

En referencia a López y Sandoval (2016) describen a la muestra como una parte representativa de la población, lo que permite obtener datos importantes y con la suficiente credibilidad, sin que se tenga que consultar a toda la población; según los sujetos de estudio que se describieron en la población, el número que se le asigna a cada uno es el siguiente:

- Expertos en el área tributaria: 2 profesionales, a fin que compartan o presenten diferencias en el argumento de intervención del Gobierno Nacional en el desarrollo del sector comercial de Smartphone.
- Comerciantes de Smartphone: 2 emprendedores que en la actualidad ejercen una actividad que tenga como prioridad la comercialización de este tipo de productos.
- Consumidores finales: como en la actualidad, la presencia de Smartphone es casi total en la población, se utiliza la técnica de población infinita con un 90% de confiabilidad, a fin de obtener un número manejable para obtener el perfil del consumidor.

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2}{e^2}$$

Dónde:

Z^2 = valor del crítico de distribución normal según el nivel de confianza.

σ^2 = desviación típica o probabilidad de éxito o fracaso

e^2 = margen de error.

Reemplazando la fórmula se obtienen los siguientes elementos:

$$n = \frac{1,64485363^2 0.5^2}{0.1^2}$$

n = 67 consumidores finales a encuestar.

3.7 Presentación de resultados

Una vez definida la población, se procede a determinar los resultados de cada recolección de datos:

3.7.1 Repuestas de expertos en el área tributaria

Nombre: Carlos Saavedra.

Título universitario: Ingeniero en Contabilidad y Tributación.

Actividad: Analista tributario externo.

1. ¿Por qué el Estado Ecuatoriano tiende a generar aranceles a determinados productos?

El objetivo es mantener la competitividad en la economía y además de establecer la regulación de productos, esto debido a la falta de industrialización en el país o la experiencia de fábricas ecuatorianas que imposibilita la oferta de un producto que quizás en otra nación entra con un bajo nivel de precios.

2. ¿La implementación de aranceles representaría una competencia desleal hacia los fabricantes extranjeros de Smartphone?

Considero que no es una aseveración correcta, porque la vigencia de un arancel no se trata de fijar un precio más alto, sino de generar una competitividad entre el importador y el fabricante nacional, además de cubrir falencias en el Presupuesto General del Estado, cuando el Gobierno Nacional identifica un incremento del consumo en un sector que no necesariamente está integrado por empresas que consolidan su producción en el país.

3. ¿Conforme a la recaudación tributaria, las medidas arancelarias que se implementan son permanentes?

En muchos casos solo están vigentes en lapsos de tiempo determinados, porque deben acondicionarse a las reacciones del mercado del momento, una vez que las mismas están siendo afectadas en perjudicar el desarrollo, son retiradas, además todos estos esquemas arancelarios, cuando son enfocados a un solo país conllevan a sanciones por parte de la Organización Mundial de Comercio.

4. Para implementar nuevos aranceles, ¿qué proceso sigue el Estado Ecuatoriano?

Debe realizar un estudio, sobre los actores sobre los cuales va a afectar el arancel, el tipo de producto y en muchos casos su destino de importación, porque puede generar una competencia desleal con la producción nacional, por ejemplo, si la misma se vio reducida en precio por el tipo de cambio.

5. ¿Por qué la importación de Smartphone es castigada con aranceles?

Al tratarse de un producto considerado lujoso que no entra dentro de los artículos de primera necesidad y por su naturaleza de compra que genera salida de divisas del país, tiende hacer controlado o en su mayoría de caso, una propuesta para motivar el ensamblaje interno.

6. ¿Qué pasaría si las medidas arancelarias afectan negativamente al comercio?

Inmediatamente entran a revisión del Comité de Comercio Exterior, quienes realizarán los correctivos necesarios para el mismo.

7. ¿Podría generar evasión tributaria las medidas arancelarias en contra de la importación?

Si, en caso que la demanda sea muy agresiva y el consumidor esté dispuesto a pagar valores altos y aceptar alternativas que van por debajo de la ley, el contrabando se hace inminente.

8. ¿Considera que los consumidores finales aceptan sin ningún problema la afectación en precios por los tributos?

Si se trata de un producto que interactúa en su vida cotidiana, considero que el valor que aporta para el consumidor final, estará de acuerdo en aceptar con todos los recargos tributarios.

9. ¿Cuál es la perspectiva del Gobierno Nacional hacia aquellos sectores importadores?

Considero que el Gobierno Nacional en el periodo de Rafael Correa, trató de motivar la industrialización en el país, restringiendo toda dependencia y abastecimiento de importación, a fin que sea rentable producir en el Ecuador, por ende, se nota el justificativo de observar tanto arancel.

10. ¿Con referencia a la pandemia que se genera en la actualidad, es importante que los aranceles no afecten el precio?

Considero que producto de la pandemia, es importante que se facilite la comunicación entre la población, por ende, la ausencia de impuestos, aportaría con la oferta de Smartphones más baratos y con mejores tecnologías.

Nombre: Marlín Álvarez

Título universitario: Magister en tributación y finanzas

Actividad: Analista tributario externo.

1. ¿Por qué el Estado Ecuatoriano tiende a generar aranceles a determinados productos?

Considero que es una medida viable, porque se identifican mercados con características en desarrollo y que, el comportamiento del consumidor amerita que se puedan agregar valores al precio final, sin que se afecte la generación de la transacción.

2. ¿La implementación de aranceles representaría una competencia desleal hacia los fabricantes extranjeros de Smartphone?

Técnicamente puede ser considerada como una barrera de entrada, inclusive si los productos nacionales igualan en precio pero que, en sus condiciones físicas, sean de menor calidad que objeto extranjero.

3. ¿Conforme a la recaudación tributaria, las medidas arancelarias que se implementan son permanentes?

No, todas tienen su tiempo de vigencia, en ocasiones se puede modificar el porcentaje o cálculo, si la misma se observa como una desventaja comercial.

4. Para implementar nuevos aranceles, ¿qué proceso sigue el Estado Ecuatoriano?

Tengo entendido que realizan estudios previos, visualizan el mercado, competidores y posteriormente implementan medidas arancelarias, todo esto con el fin que ninguna de las partes se vea afectada.

5. ¿Por qué la importación de Smartphone es castigada con aranceles?

De acuerdo a la balanza comercial, el segmento de los Smartphone, causa un efecto negativo a la economía, porque genera dependencia del producto extranjero, que no aporta con valor agregado, es decir plazas de trabajo en el tema industrial.

6. ¿Qué pasaría si las medidas arancelarias afectan negativamente al comercio?

Podría crear conflictos con otras naciones, incluso verse afectado otros sectores, que quizás en estos momentos gocen de un tratado de libre comercio o tarifa 0% en aranceles de nacionalización.

7. ¿Podría generar evasión tributaria las medidas arancelarias en contra de la importación?

Depende del comportamiento de la demanda, porque si esta va incrementándose a pesar de las restricciones, o del límite de mercadería, tanto los importadores como los demás canales de distribución, emplearan formas ilegales de abastecimiento, debido al aseguramiento del precio comercial del producto.

8. ¿Considera que los consumidores finales aceptan sin ningún problema la afectación en precios por los tributos?

En relación al mercado de Smartphone, considero que es lo correcto, esto debido al atractivo del producto, influencia de la publicidad y beneficios para el diario convivir con la tecnología.

9. ¿Cuál es la perspectiva del Gobierno Nacional hacia aquellos sectores importadores?

Una de las grandes debilidades del Ecuador, es su poca industrialización de los sectores, debido a la ausencia de capitales y tecnología en el territorio, lo que hace posible que, el proceso de la importación agilite la satisfacción del consumidor final, sin embargo, este efecto solo compromete al país, con la salida de divisas, dinero que entra de manera limitada a través de las exportaciones, préstamos de organismos internacionales e inversión; cabe resaltar que en la actualidad la balanza comercial se caracteriza por la dependencia de bienes de consumo, un atractivo para los ecuatorianos, lo que genera que las importaciones en algunos años superen las exportaciones.

10. ¿Con referencia a la pandemia que se genera en la actualidad, es importante que los aranceles no afecten el precio?

La actual pandemia ha limitado el poder adquisitivo de todos los ecuatorianos, más aún con las restricciones de aislamiento, por ende, los productos que tienden a

cotizarse a un valor alto por naturaleza deben bajar y como los aranceles están en función a la base de la importación, estos también tienden a tener igual efecto.

3.7.2 Respuestas de los comerciantes de Smartphones

Nombre: Víctor Navarrete.

Actividad: Comerciante de Smartphones a través de plataformas digitales

1. ¿Considera que el Ecuador es un productor potencial de Smartphone?

No, la mayor parte de las marcas que se comercializan en el país, son elaborados en otros países.

2. Con referencia a las últimas medidas arancelarias ¿han afectado los precios para el consumidor final?

Sí, porque cualquier incremento en los valores de importación, son direccionados a los precios finales de los Smartphones.

3. Las tendencias o medidas que implementa el Gobierno, ¿mejoran o empeoran la competitividad del mercado?

Considero que empeoran la situación, porque cada vez son mayores los porcentajes que se cobra por la nacionalización de los Smartphones, generando que el consumidor por una mayor tecnología, tenga que pagar precios más altos.

4. Las condiciones actuales de la pandemia ¿Han incrementado la demanda de Smartphone en el Ecuador?

Sí, porque la tendencia al teletrabajo y las comunicaciones por teleconferencia, han aumentado su uso.

5. ¿Usted dispone de un servicio de reparación de Smartphone?

Si, lo tengo como actividad secundaria, es un segmento muy rentable debido a la ausencia de representantes autorizados de las marcas de telefonía celular y porque cada vez son las demandas de reparación de equipos.

6. Cuando estuvo en vigencia las medidas a la restricción de Smartphone en el año 2012, ¿su negocio fue afectado?

Sí, el Gobierno Nacional no midió el efecto en los locales que nos dedicamos a comercializar, evitando que se pueda adquirir estos equipos, designando a las operadoras telefónicas esta actividad y fomentando que se lleven prácticas como el contrabando, un método ilegal pero que para algunos compañeros es efectivo, debido a la presencia de personas que demandan estos equipos.

7. A pesar de los precios, ¿la demanda de Smartphone ha bajado?

Considero que no, en los últimos años, las marcas han observado que hay toda clase de consumidores, unos con mayor presupuesto, otros con menor dinero para inversión de un dispositivo móvil, creando las gamas y con ello, las escalas para ofertar celulares, siendo su diferencial el desarrollo tecnológico.

8. ¿Cuáles son las debilidades del sector?

Considero que como debilidad no hay, porque cada comerciante, observa que tipos y modelos de celulares desea comercializar, por otro lado, la oferta de muchas marcas ha generado que exista un listado a elegir de acuerdo a las necesidades de cada usuario, por ende, lo considero en un mercado en desarrollo.

9. ¿Qué amenazas usted observa a futuro para el desarrollo del sector?

Principalmente las medidas del Gobierno Nacional, porque en el Ecuador, no existe un desarrollo de tecnología, lo que ocasiona que la oferta de estos productos esté limitadas a las tendencias de los reglamentos que se impongan en la nacionalización de productos.

10. ¿Por qué es importante que en el Ecuador se ensamblen Smartphone?

Esto sería una buena alternativa para fomentar el empleo, porque se crearían plazas de trabajo para personal que se encarguen de la investigación, desarrollo y ensamble de celulares, además de aumentar la competitividad, porque se evitaría el pago de aranceles por productos transformados, tal como sucede en la actualidad.

Nombre: Carlos Neira

Actividad: Comerciante de Smartphones en plaza triángulo Urdesa

1. ¿Considera que el Ecuador es un productor potencial de Smartphone?

No, la mayoría de mis compañeros y competidores debe realizar un proceso de importación para abastecerse de inventario.

2. Con referencia a las últimas medidas arancelarias ¿han afectado los precios para el consumidor final?

Sí, cada vez que existe un costo tanto por manejo logístico como con medidas gubernamentales, este valor es sumado al precio final del consumidor.

3. Las tendencias o medidas que implementa el Gobierno, ¿mejoran o empeoran la competitividad del mercado?

Por ahora m criterio es que empeoran la competitividad, debido al cobro de mayores impuestos, en algunos casos por ganar clientela, toca cubrir este rubro, generando una menor rentabilidad como distribuidor.

4. Las condiciones actuales de la pandemia ¿Han incrementado la demanda de Smartphone en el Ecuador?

Sí, he tenido solicitudes de clientes que requieren teléfonos de gama alta, porque lo utilizan para sus estudios o como herramienta de trabajo.

5. ¿Usted dispone de un servicio de reparación de Smartphone?

Sí, los clientes suelen pedir garantía cuando adquieren un dispositivo, pero al no obtener un servicio de mantenimiento directo de la marca, ofrezco esta alternativa como valor agregado para mis clientes.

6. Cuando estuvo en vigencia las medidas a la restricción de Smartphone en el año 2012, ¿su negocio fue afectado?

Sí, debido a la falta de oportunidad para conseguir teléfonos de última tecnología, considero que fue una época donde las operadoras telefónicas acapararon con la mayor participación del mercado, mientras que, para los distribuidores independientes, los mecanismos como el contrabando estuvieron siendo.

7. A pesar de los precios, ¿la demanda de Smartphone ha variado?

El atractivo de la tecnología y el diseño de los Smartphone, en la mayoría de los casos permite atraer el concepto de compra de los consumidores, por ende, el precio muchas veces no genera una disminución de la demanda del mercado.

8. ¿Cuáles son las debilidades del sector?

La poca participación de las marcas celulares en el servicio post venta y la falta de publicidad que ejercen las distribuidoras de celulares, las mismas que se ven opacadas con la participación de las empresas de telefonía celular.

9. ¿Qué amenazas usted observa a futuro para el desarrollo del sector?

La principal amenaza sería el acceso al desarrollo tecnológico, porque se entiende que, a la falta de industrias procesadoras de teléfonos inteligentes, la única manera de adquirir esta clase de equipos, sea directamente a través de procesos de importación, un concepto que está ampliamente regulado por el Gobierno Nacional y con sensibilidad de cambios.

10. ¿Por qué es importante que en el Ecuador se ensamblen Smartphone?

Esto ayudaría a obtener mejores los canales de distribución como fabricantes de teléfonos celulares, más aún si se trata de un mercado con una alta demanda de equipos y con usuarios que están dispuestos a pagar por el equipo.

3.7.3 Respuestas de los usuarios o consumidores de Smartphones

Pregunta 1: ¿Considera que el precio del Smartphone está fijado por el distribuidor?

Tabla 6.

Precio influenciado por el tipo de distribuidor

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	27	40,30%
De acuerdo	23	34,33%
Indiferente	7	10,45%
En desacuerdo	6	8,96%
Totalmente en desacuerdo	4	5,97%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

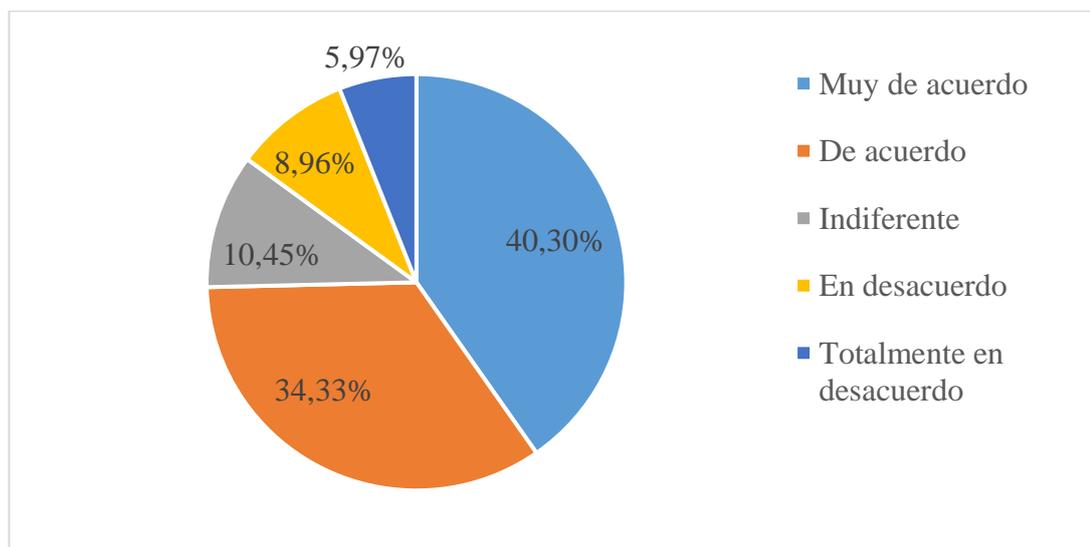


Figura 6. Precio influenciado por el tipo de distribuidor

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

Se observa que, en función a la referencia del precio, el tipo de distribuidor de Smartphones si incide, porque un 40.30% de los encuestados está muy de acuerdo, seguido de un 34.33% que está de acuerdo, siendo su acumulado más del 50% de las opiniones del público objetivo.

Pregunta 2: ¿Cuál es su opinión sobre la relación entre el precio con la tecnología del Smartphone?

Tabla 7.

Precio asociado por la tecnología del Smartphone

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	22	32,84%
De acuerdo	26	38,81%
Indiferente	12	17,91%
En desacuerdo	4	5,97%
Totalmente en desacuerdo	3	4,48%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

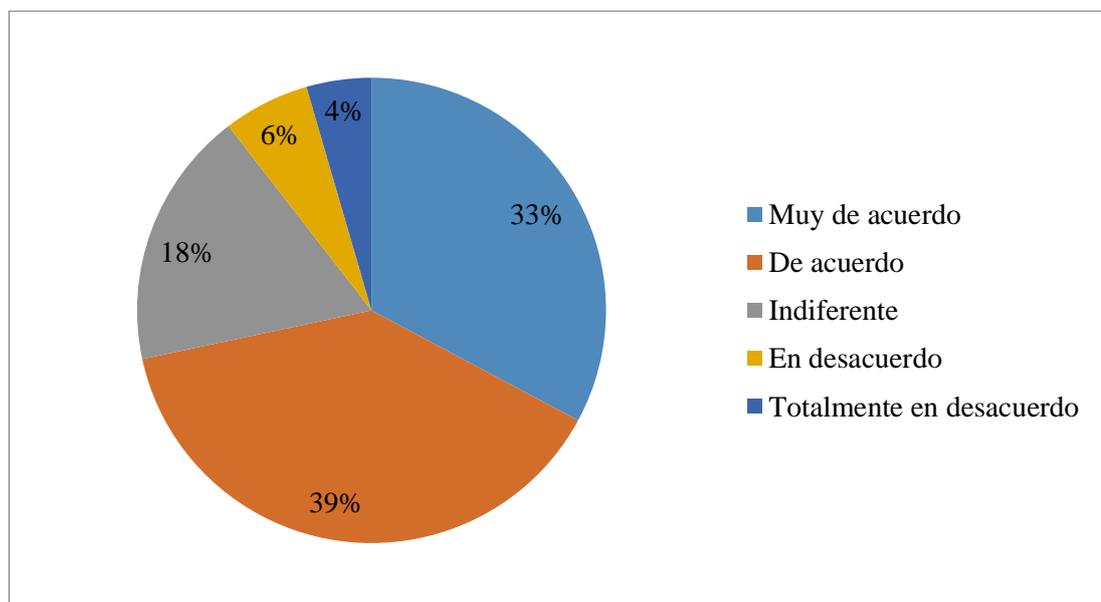


Figura 7. Precio asociado por la tecnología del Smartphone

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

Con referencia a la asociación del precio con la tecnología del Smartphone, el 33% de los encuestados afirman que estuvieron muy de acuerdo, el 39% de acuerdo, para el 18% les pareció indiferente, el 6% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo.

Pregunta 3: ¿Considera que los aranceles afectan su decisión de compra del Smartphone?

Tabla 8.
Aranceles afectan la decisión de compra del consumidor

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0,00%
De acuerdo	0	0,00%
Indiferente	9	13,43%
En desacuerdo	36	53,73%
Totalmente en desacuerdo	22	32,84%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

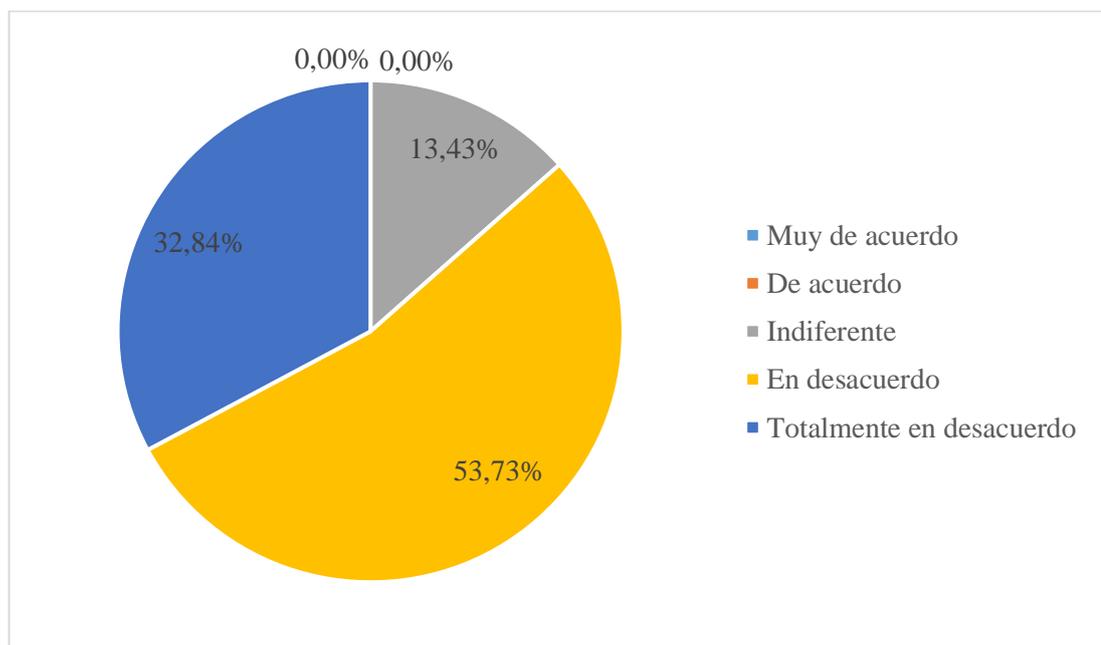


Figura 8. Aranceles afectan la decisión de compra del consumidor

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

En relación a la afectación de aranceles en la decisión de compra, sobre todo por la influencia en el precio, el 53.73% de los encuestados está en desacuerdo, el 32.84% está totalmente en desacuerdo y el 13.43% es indiferente.

Pregunta 4: ¿Cuál es su punto de vista sobre la relación entre Smartphones fabricados en Ecuador con precios más económicos?

Tabla 9.

Preferencia de Smartphone ensamblados en Ecuador por precios económicos.

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	13	19,40%
De acuerdo	10	14,93%
Indiferente	31	46,27%
En desacuerdo	9	13,43%
Totalmente en desacuerdo	4	5,97%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

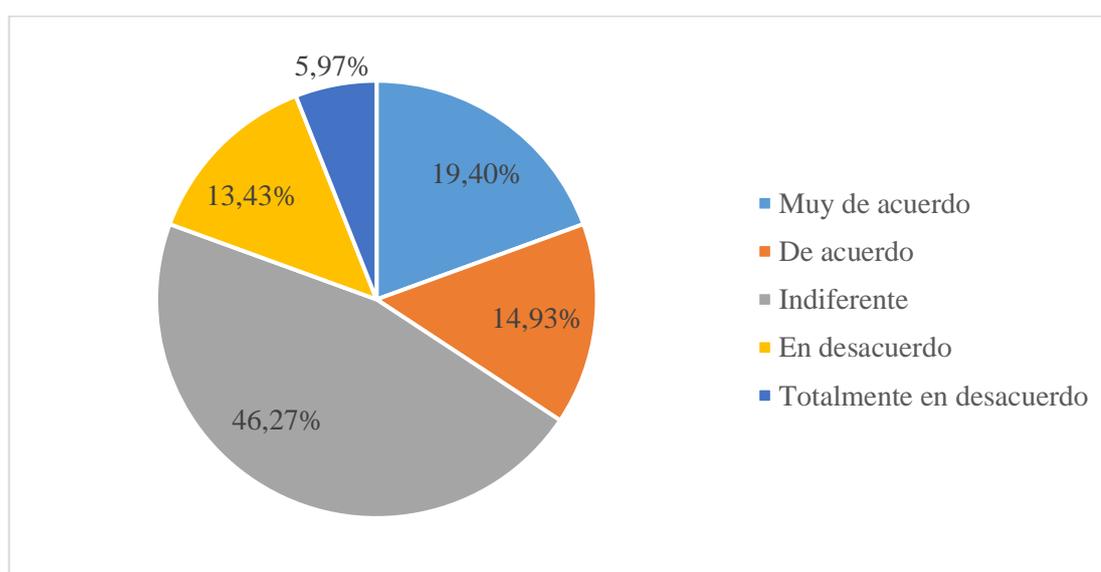


Figura 9. Preferencia de Smartphone ensamblados en Ecuador por precios económicos.

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

En cuanto a la relación a la preferencia de Smartphone ensamblados en Ecuador, como justificativo para solicitar precios económicos, el 46.27% de los encuestados, indica que es indiferente, el 19.93% está de acuerdo, el 19.40% está muy de acuerdo, el 13.43% está en desacuerdo y el 5.97%, se resume que la procedencia de fabricación del teléfono móvil en el Ecuador, no es justificativo para ofertar a precios económicos.

Pregunta 5: ¿Cuál es su opinión sobre la variación de precios en función de las marcas de Smartphones?

Tabla 10.

Precios varían en función a la oferta de marcas de Smartphones

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	32	47,76%
De acuerdo	22	32,84%
Indiferente	6	8,96%
En desacuerdo	6	8,96%
Totalmente en desacuerdo	1	1,49%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

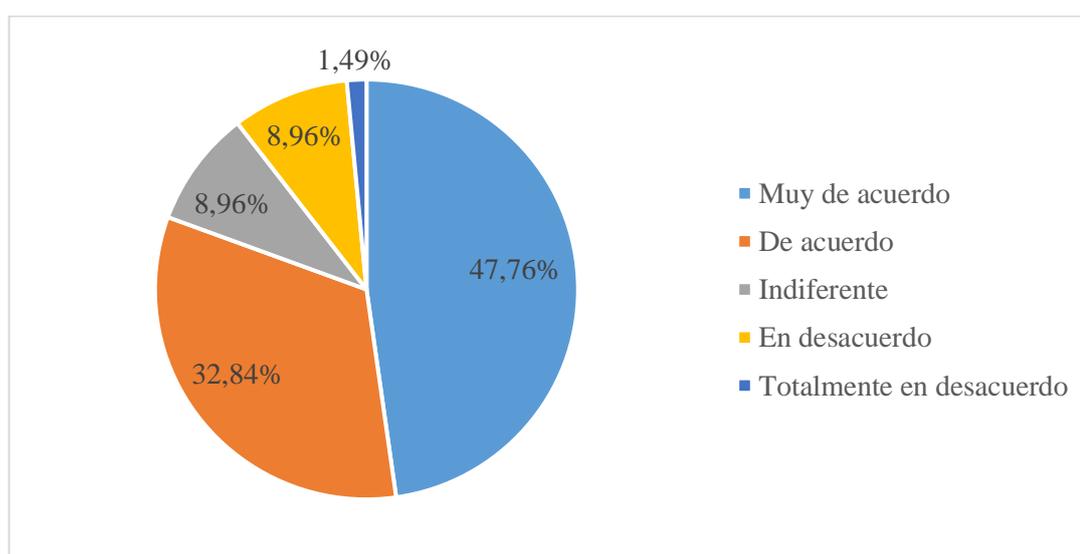


Figura 10. Precios varían en función a la oferta de marcas de Smartphones

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

Con referencia a la consulta sobre la variación de precios en función a la marca de Smartphones, el 47.76% de los encuestados está muy de acuerdo, el 32.84% está de acuerdo, el 8.96% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, es decir, el consumidor de este sector, está dispuesto a pagar un precio mayor por el equipo en función a la marca.

Pregunta 6: ¿Cómo percibes que hay una relación entre la adquisición de un Smartphone con la necesidad de comunicación?

Tabla 11.

Decisión de compra en función a la necesidad de comunicación

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	29	43,28%
De acuerdo	20	29,85%
Indiferente	10	14,93%
En desacuerdo	3	4,48%
Totalmente en desacuerdo	5	7,46%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

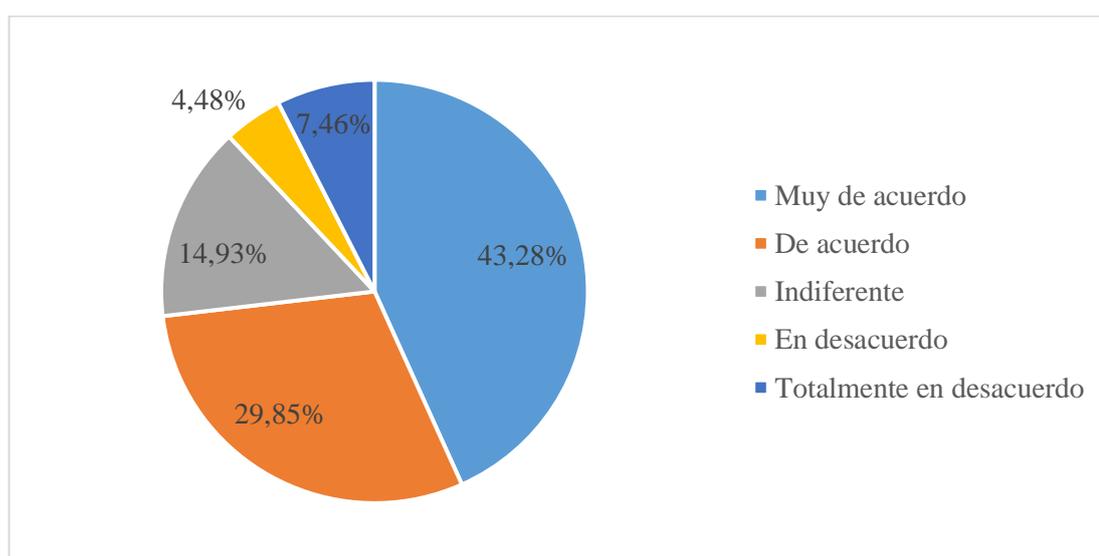


Figura 11. Decisión de compra en función a la necesidad de comunicación

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

En cuanto a la consulta de la adquisición de Smartphone en función a la comunicación, el 43.28% de los encuestados está muy de acuerdo, el 29.85% está de acuerdo, el 14.93% muestra indiferencia, el 7.46% está totalmente en desacuerdo y el 4.48% está en desacuerdo

Pregunta 7: ¿Cuál es su opinión de preferir comprar Smartphone fabricados en el Ecuador?

Tabla 12.

Grado de preferencia de Smartphones fabricados en el Ecuador

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	10	14,93%
De acuerdo	3	4,48%
Indiferente	18	26,87%
En desacuerdo	20	29,85%
Totalmente en desacuerdo	16	23,88%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

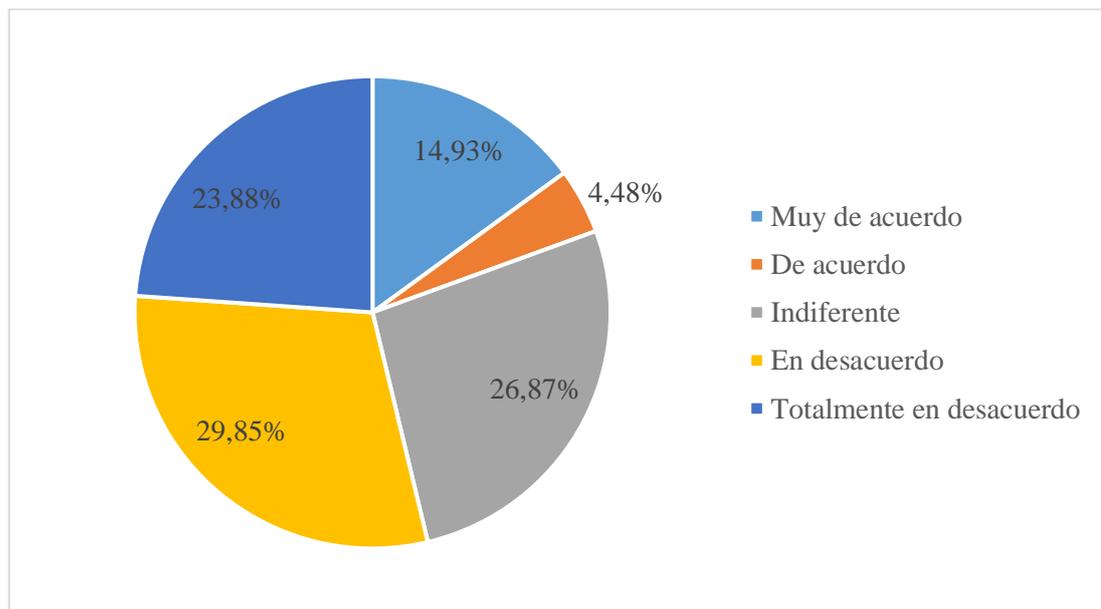


Figura 12. Grado de preferencia de Smartphones fabricados en el Ecuador

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

Para la preferencia de los Smartphones fabricados en el Ecuador, el 29.85% está en desacuerdo, el 26.87% muestra indiferencia, el 23.88% está totalmente en desacuerdo, el 14.93% muy de acuerdo y el 4.48% está de acuerdo. Es decir, en caso de promover un ensamblaje, se debe realizar una campaña en función a la garantía y calidad del ensamblaje y si los mismos no difieren de los productos que provienen del extranjero.

Pregunta 8: ¿Qué opina sobre la influencia del diseño sobre la decisión de adquirir un Smartphone?

Tabla 13.

Diseño como factor de compra en el Smartphone

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	23	34,33%
De acuerdo	25	37,31%
Indiferente	8	11,94%
En desacuerdo	2	2,99%
Totalmente en desacuerdo	9	13,43%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

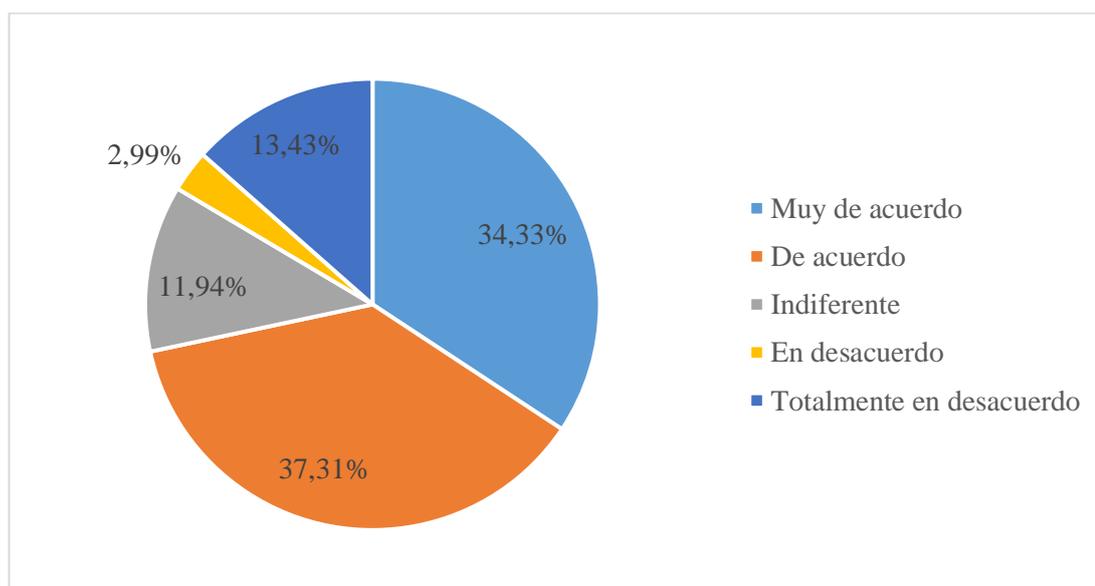


Figura 13. Diseño como factor de compra en el Smartphone

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

Con referencia a la consulta del diseño del Smartphone como factor de compra, se tiene que el 37.31% de los encuestados está de acuerdo, el 34.33% está muy de acuerdo, el 13.43% está totalmente en desacuerdo, el 11.94% mostro indiferencia y el 2.99% está en desacuerdo.

Pregunta 9: ¿Usted acostumbra a solicitar garantía del Smartphone al momento de comprarlo?

Tabla 14.
Solicita garantía por el Smartphone

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	5,97%
De acuerdo	6	8,96%
Indiferente	30	44,78%
En desacuerdo	18	26,87%
Totalmente en desacuerdo	9	13,43%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

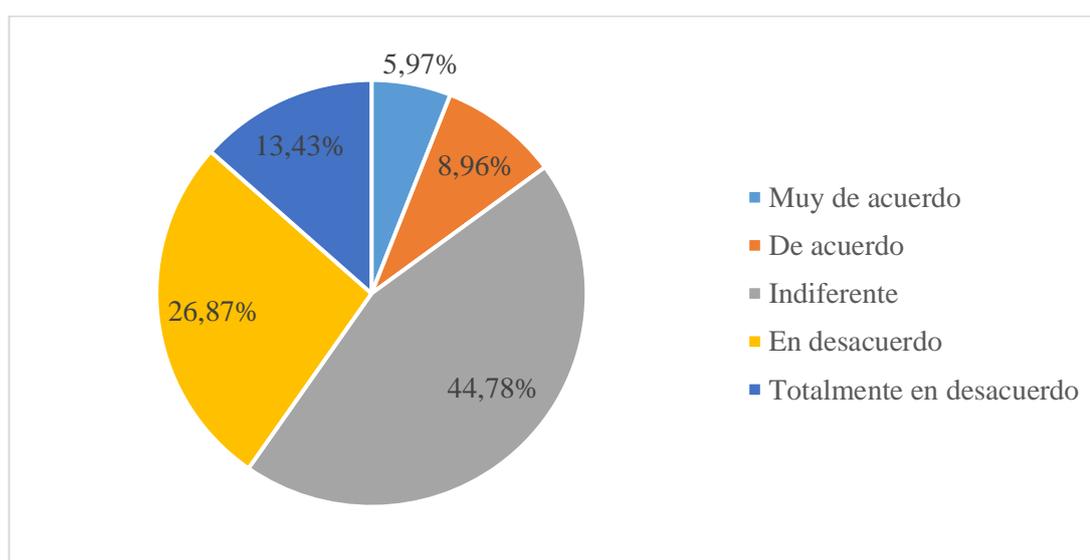


Figura 14. Solicita garantía por el Smartphone, Tomado de: Encuestas
Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

En cuanto a la consulta sobre la solicitud de garantía por compra de Smartphone, se tiene que, el 44.78% indica que es un criterio indiferente, el 26.87% está en desacuerdo, el 13.43% está totalmente en desacuerdo, el 8.96% está de acuerdo y el 5.97% está muy de acuerdo, por ende, se puede concluir que este criterio al tratarse de indiferente se excluye del comportamiento de decisión de compra.

Pregunta 10: ¿Qué opina sobre analizar las características del Smartphone antes de adquirirlo?

Tabla 15.
Características de Smartphone

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	23	34,33%
De acuerdo	29	43,28%
Indiferente	5	7,46%
En desacuerdo	5	7,46%
Totalmente en desacuerdo	5	7,46%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

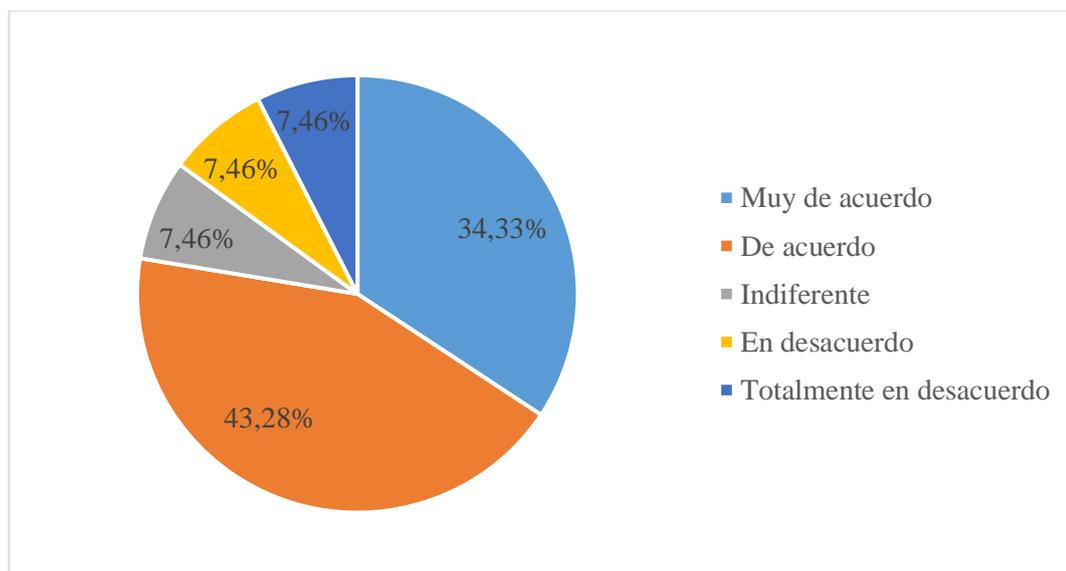


Figura 15. Solicita garantía por el Smartphone

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

En cuanto a la solicitud de garantía al proveedor de Smartphone antes de comprar el equipo, el 34.33% de los encuestados está muy de acuerdo, el 43.28% está de acuerdo, mientras que el 7.46% para cada uno muestra respuesta de indiferencia, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Pregunta 11: ¿Qué opina sobre comprar Smartphone solo en operadoras autorizadas en el Ecuador?

Tabla 16.

Preferencia de adquirir Smartphone en operadoras autorizadas

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	1,49%
De acuerdo	3	4,48%
Indiferente	14	20,90%
En desacuerdo	31	46,27%
Totalmente en desacuerdo	18	26,87%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

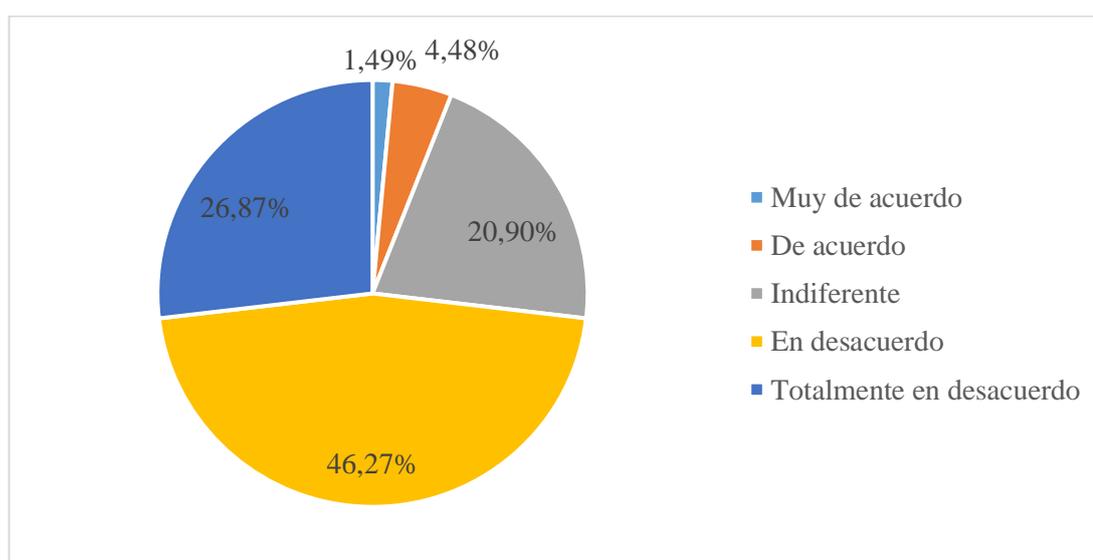


Figura 16. Solicita garantía por el Smartphone

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

En cuanto a la solicitud de garantía por el tema de compra de Smartphones, los encuestados indican que, un 46.27% está en desacuerdo con la garantía, el 26.87% está totalmente en desacuerdo, el 20.90% muestra indiferencia, el 4.48% está de acuerdo y el 1.49% está muy de acuerdo, en resumen, no es necesario que la marca ofrezca la cobertura de garantía, para la adquisición de un Smartphone.

Pregunta 12: ¿Usted solicita descuentos en precios de Smartphone al adquirirlos en locales no autorizados?

Tabla 17.

Solicitud de descuentos por precios de Smartphone

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	29	43,28%
De acuerdo	23	34,33%
Indiferente	8	11,94%
En desacuerdo	1	1,49%
Totalmente en desacuerdo	6	8,96%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

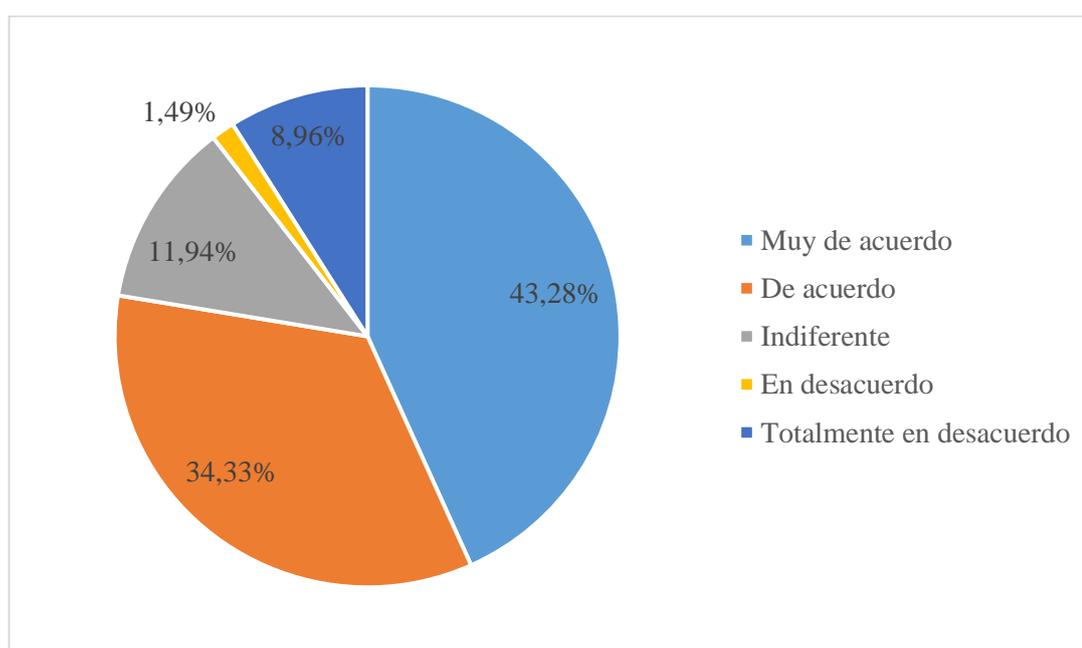


Figura 17. Solicitud de descuentos por precios de Smartphone

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

Con relación a la consulta de los solicitar descuentos en Smartphone al acudir a locales no autorizados, el 43.28% indican que están muy de acuerdo, seguido de un 34.33% que está de acuerdo, un 11.94% es indiferente en cuanto a sus respuestas, un 8.96% dice que está en totalmente en desacuerdo y un 1.49%.

Pregunta 13: ¿Qué opina sobre utilizar un servicio técnico propio de la marca?

Tabla 18.

Solicitud de servicio técnico propio de la marca

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	1,49%
De acuerdo	2	2,99%
Indiferente	6	8,96%
En desacuerdo	34	50,75%
Totalmente en desacuerdo	24	35,82%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

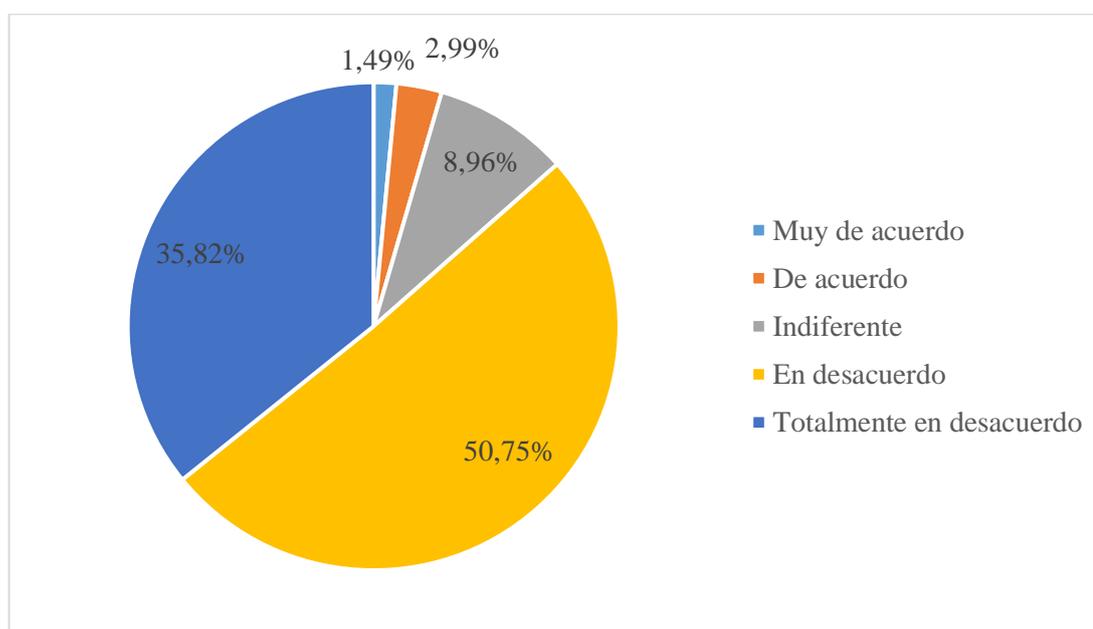


Figura 18. Solicitud de servicio técnico propio de la marca

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

Con relación a la solicitud del servicio técnico propio de la marca, el 50.75% está en desacuerdo, el 35.82% está totalmente en desacuerdo, el 8.96% es indiferente, el 2.99% está de acuerdo y el 1.49% está muy de acuerdo. Es decir, los consumidores no presentan un requerimiento de servicio técnico de la marca para adquirir el Smartphone.

Pregunta 14: ¿Qué opina sobre la influencia de la credibilidad el proveedor para decidir una compra del Smartphone?

Tabla 19.

Necesidad de credibilidad del proveedor de Smartphone

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	19	28,36%
De acuerdo	22	32,84%
Indiferente	9	13,43%
En desacuerdo	7	10,45%
Totalmente en desacuerdo	10	14,93%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

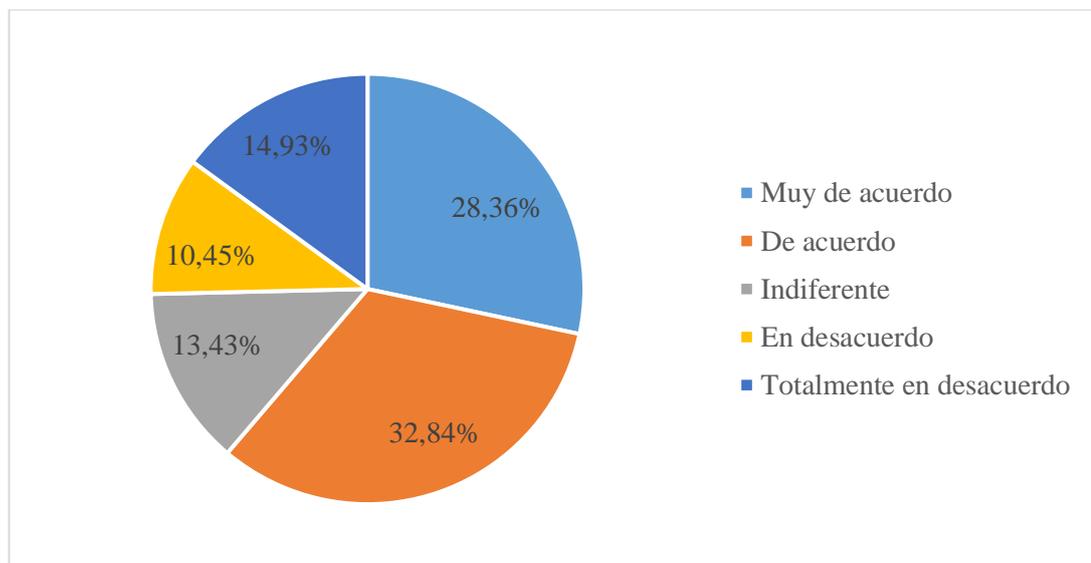


Figura 19. Necesidad de credibilidad del proveedor de Smartphone

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

En cuanto a la necesidad de credibilidad del proveedor, es decir disponga de Smartphone originales y de buena calidad, el 32.84% indica que está de acuerdo, el 28.36% afirma que está muy de acuerdo, el 14.93% está totalmente en desacuerdo, el 13.43% dice que es indiferente, y finalmente el 10.45% está en desacuerdo.

Pregunta 15: ¿Qué opina sobre acudir a distribuidores autorizados de Smartphone?

Tabla 20.

Necesidad de acudir a distribuidores autorizados de Smartphone

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	16,42%
De acuerdo	11	16,42%
Indiferente	20	29,85%
En desacuerdo	16	23,88%
Totalmente en desacuerdo	9	13,43%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

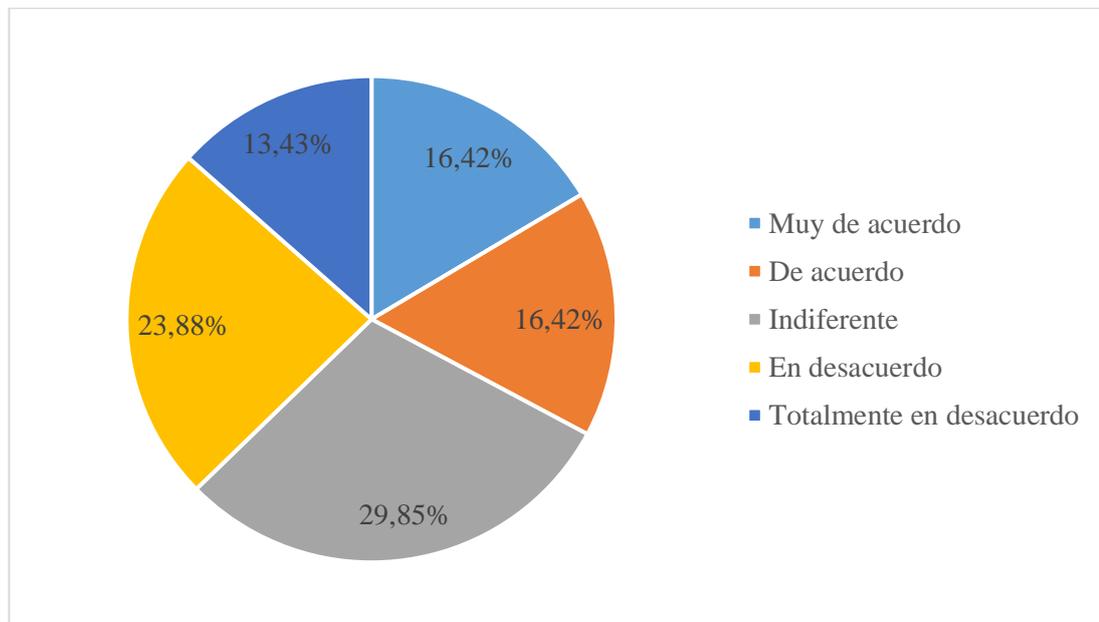


Figura 20. Necesidad de credibilidad del proveedor de Smartphone

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación.

En cuanto a la necesidad de credibilidad o recomendación del proveedor de Smartphone, los encuestados indicaron, un 29.85% indiferente, un 23.88% en desacuerdo, un 16.42% de acuerdo y muy de acuerdo mientras que el 13.43% está totalmente en desacuerdo.

Pregunta 16: ¿Usted acepta recibir promociones en el cambio de equipo celular en operadoras?

Tabla 21.
Necesidad de recibir promociones

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	32	47,76%
De acuerdo	31	46,27%
Indiferente	4	5,97%
En desacuerdo	0	0,00%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

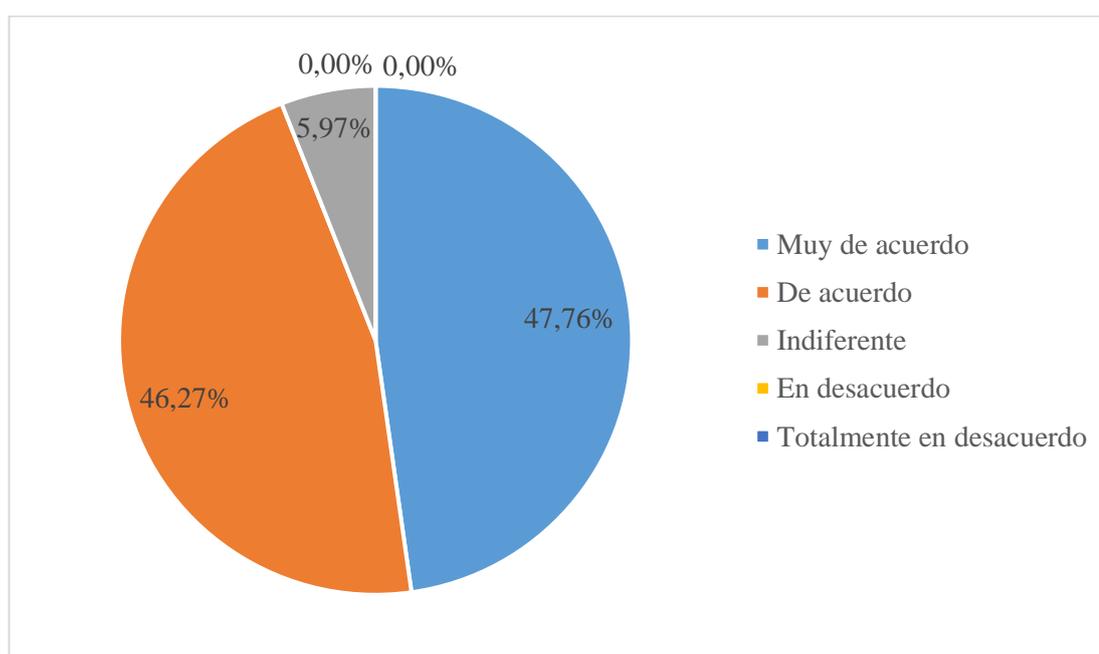


Figura 21. Necesidad de recibir promociones

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

En cuanto a la referencia sobre la necesidad de recibir promociones, el 47.76% de los encuestados está muy de acuerdo, el 46.27% está de acuerdo y el 5.97% es indiferente este criterio.

Pregunta 17: ¿Usted acostumbra a cambiar de Smartphone en función a los avances tecnológicos?

Tabla 22.

Cambiar de Smartphone en función a los avances tecnológicos

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	22	32,84%
De acuerdo	29	43,28%
Indiferente	4	5,97%
En desacuerdo	5	7,46%
Totalmente en desacuerdo	7	10,45%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

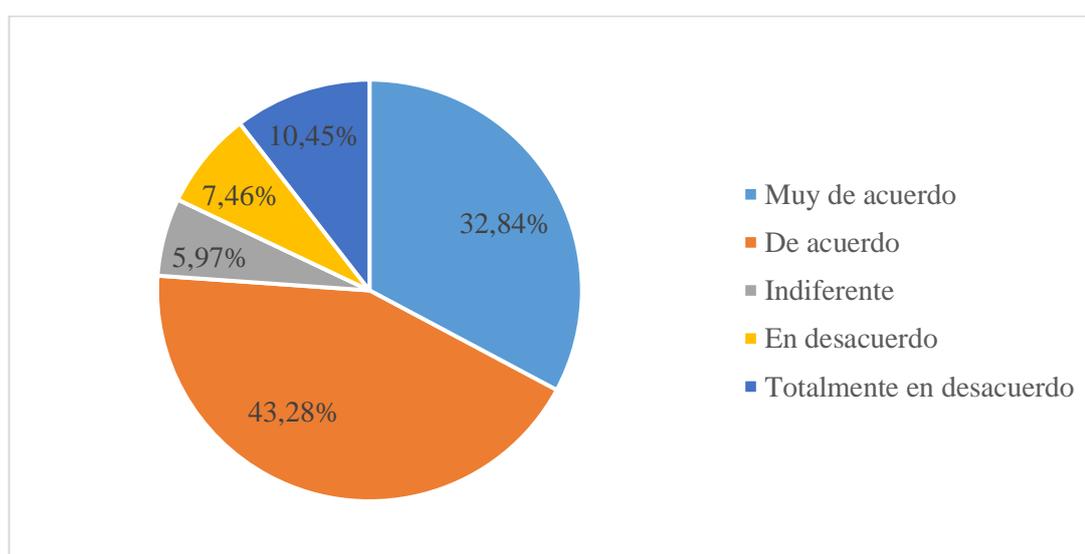


Figura 22. Cambiar de Smartphone en función a los avances tecnológicos

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación.

En relación al criterio de cambiar de Smartphone en función a los avances tecnológicos, el 43.28% está de acuerdo con este argumento, el 32.84% está muy de acuerdo, el 10.45% está totalmente en desacuerdo, el 7.46% está en desacuerdo y el 5.97% es indiferente.

Pregunta 18: ¿Qué opina sobre aprovechar descuentos ofertados por las operadoras por compra de equipos móviles?

Tabla 23.

Aprovechar descuentos ofertados por operadoras

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	22	32,84%
De acuerdo	25	37,31%
Indiferente	10	14,93%
En desacuerdo	4	5,97%
Totalmente en desacuerdo	6	8,96%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

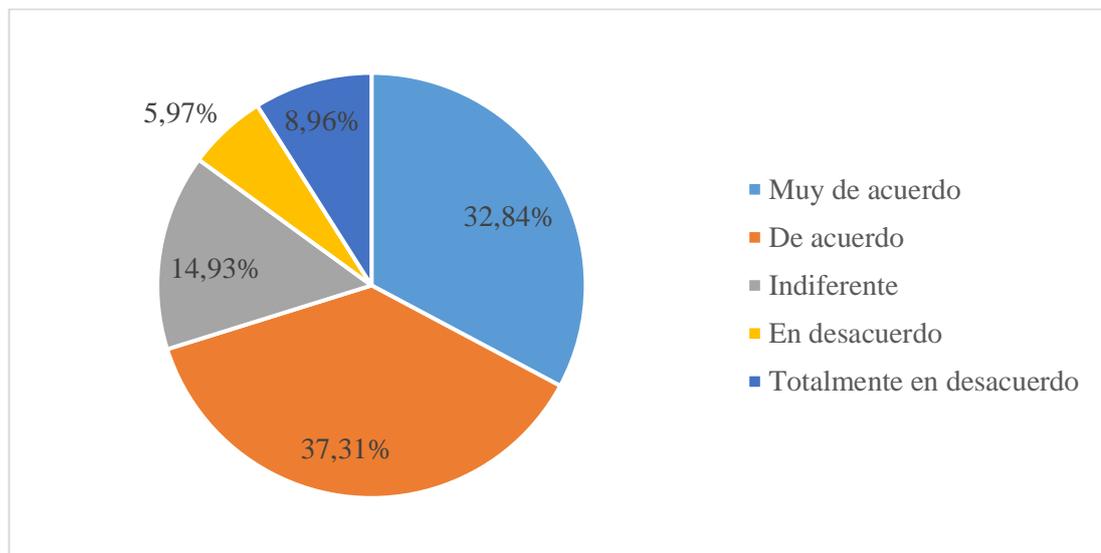


Figura 23. Aprovechar descuentos ofertados por operadoras

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

En referencia a la oportunidad de los clientes para aprovechar descuentos ofertados por operadoras, el 37.31% está de acuerdo, el 32.84% está muy de acuerdo, el 14.93% es indiferente, el 8.96% está totalmente en desacuerdo y finalmente el 5.97% está en desacuerdo.

Pregunta 19: ¿Estaría dispuesta a recibir publicidad dirigida de las operadoras constantemente?

Tabla 24.

Influencia de publicidad dirigida por las operadoras

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	17	25,37%
De acuerdo	14	20,90%
Indiferente	12	17,91%
En desacuerdo	15	22,39%
Totalmente en desacuerdo	9	13,43%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

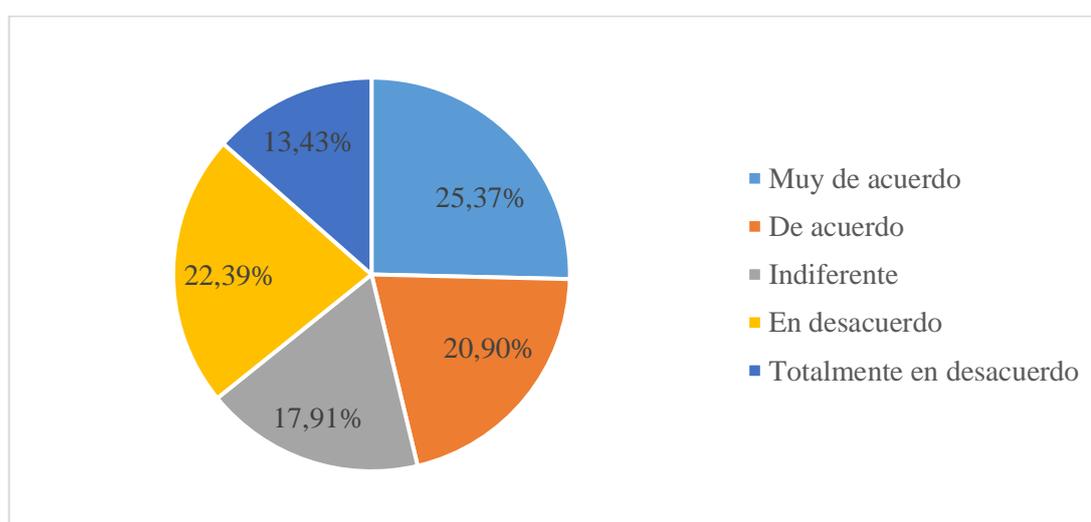


Figura 24. Influencia de publicidad dirigida por las operadoras

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

Con relación a la recepción de la publicidad por parte de las operadoras, el 25.37% está muy de acuerdo en recibirla, el 22.39% está en desacuerdo, el 20.90% está de acuerdo, el 17.91% es indiferente, y finalmente el 13.43% está totalmente en desacuerdo.

Pregunta 20: ¿Qué opina sobre que el mercado está abarrotado de diferentes modelos de acuerdo a las necesidades de los usuarios?

Tabla 25.

Mercado abarrotado de modelos

Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Muy de acuerdo	24	35,82%
De acuerdo	18	26,87%
Indiferente	23	34,33%
En desacuerdo	2	2,99%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
Total	67	

Tomado de: Encuestas

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

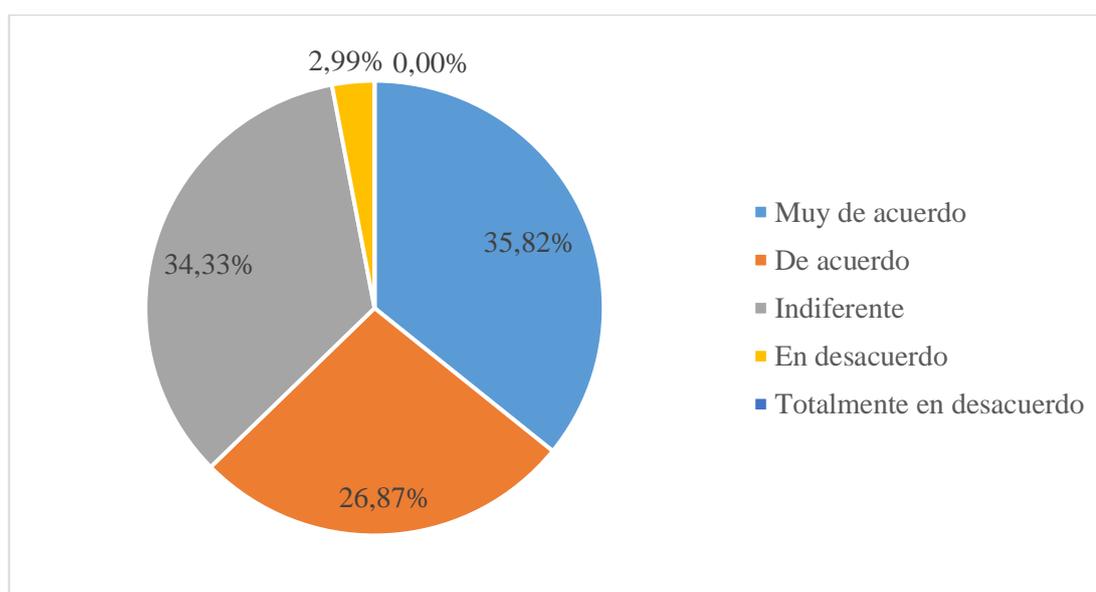


Figura 25. Mercado abarrotado de modelos

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

Interpretación

En referencia a la consulta sobre la percepción de que el mercado está abarrotado de modelos, se tiene que, el 35.82% está muy de acuerdo, el 34.33% es indiferente, y el 26.87% está de acuerdo y el 2.99% está en desacuerdo.

CAPÍTULO IV

INFORME FINAL

4.1 Comportamiento del nivel de ventas

Cabe resaltar que, en el Ecuador, el segmento comercial de teléfonos móviles Smartphones, está representado por una serie de intermediarios comerciales, debido a la necesidad de importar el producto, porque la producción en el país es muy limitada, por ende, un equipo celular, debe pasar por una empresa importadora, posteriormente una mayorista finalmente una minorista para llegar a manos del consumidor final tal como se muestra en la siguiente figura:

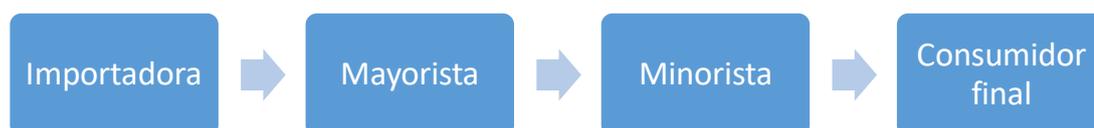


Figura 26. Intermediarios comerciales de equipos Smartphone en el Ecuador.
Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

De acuerdo a la tabla 26, el valor de los equipos Smartphones está representado por el costo de venta del fabricante más, la utilidad por intermediación de la importadora, mayorista y minorista, más los rubros arancelarios fijados por la Aduana del Ecuador, por concepto de nacionalizar la mercadería. Para el portal Primicias (2019) en un análisis sobre la composición del rubro de precios de Smartphone, afirma que los ecuatorianos cancelan el 30% del valor en percha de un celular solo por concepto de impuestos y aranceles.

Entre los impuestos que aumentaban el precio hasta inicios del año 2019, se encuentran 15% de arancel, 12% de impuesto al valor agregado IVA, 0.5% por el Fondo de Desarrollo de la Infancia FODINFA y 5% por impuesto a la Salida de Divisas. Es decir, de una inversión de \$ 5.000,00 dólares, cerca de \$ 1.500,00 son destinados para impuestos, afectando con ello la rentabilidad de las empresas que se dedican a esta actividad.

Algunos ejemplos de aumento precios, se los pueden observar en los modelos mostrados a continuación, en la que se describe en el valor en percha, de Smartphones en diferentes países:

Tabla 26.

Precios referencias de equipos Smartphones por países

Países	Modelos		Diferencia de precios con Ecuador	
	iPhone XS (64 GB)	Huawei P20	iPhone XS (64 GB)	Huawei P20
Ecuador	\$ 1.700,00	\$ 500,00		
Colombia	\$ 1.200,00	\$ 200,00	29,41%	60,00%
Perú	\$ 1.300,00	\$ 250,00	23,53%	50,00%
Estados Unidos	\$ 1.000,00	\$ 200,00	41,18%	60,00%

Tomado de: Precio en Ecuador versus Colombia, Perú y EE.UU, Primicias (2019).

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

En referencia a la figura 26, se muestra que, en el Ecuador los Smartphones tienen un mayor precio con relación a otros países, inclusive con aquellos que comparten su frontera como son Colombia y Perú, con un sobreprecio que va desde el 23.53% hasta el 60%, lo que significa, un mayor recurso que destinan los consumidores para adquirir este tipo de equipos.

Durante los años 2012 al 2019, en el Ecuador, se han fijado resoluciones y formas de cálculo de aranceles en el segmento comercial de Smartphone, lo que significa precios más altos y bajos, si las empresas imponen estos aranceles al precio final para el consumidor. Para determinar el nivel de ventas del segmento, se tomó como dato, el Clasificador Industrial Internacional Uniforme, empleado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el mismo que agrupa las actividades comerciales que se generan en el país, con lo cual, permiten cuantificar los resultados de ventas de Smartphones directamente con el consumidor final.

Como referencia se elige las actividades establecidas en el código G474113 que detalla a las empresas que se dedican a la venta al por menor de equipos de telecomunicaciones: celulares, tubos electrónicos, etcétera. Incluye partes y piezas en establecimientos especializados, sus niveles de ingresos se muestran a continuación:

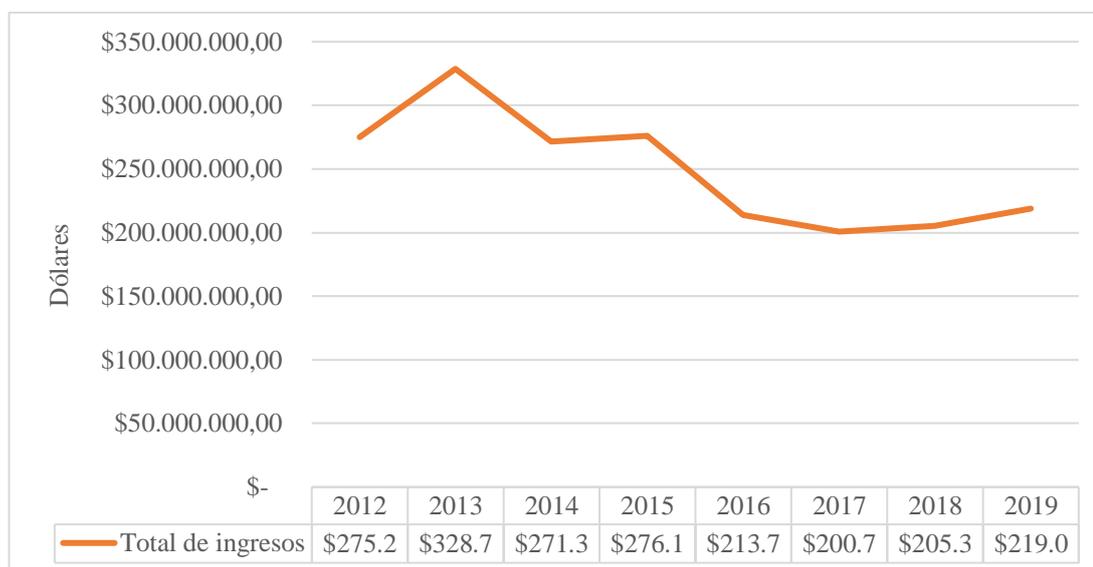


Figura 27. Nivel de ventas de celulares al por menor entre los años 2012 – 2019 en de dólares

Tomado de: Estados Financieros por Rama, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020)

Con detalle a la figura 27, se observa que el nivel de ventas de estos equipos comenzó con un crecimiento de 53 millones de dólares entre los años 2012 al 2013, seguido de un descenso en el año 2014 de 57 millones de dólares, para el año 2015, el crecimiento fue rotundo, aumentando las ventas en 4 millones de dólares, sin embargo, en el año 2016, las empresas generaron menos ingresos con 62 millones por debajo del año anterior, siguiendo una tendencia negativa para el año 2017 con 12 millones de dólares menos que el 2016, recuperándose el sector para el 2018 con un aumento de 4 millones de dólares y para el 2019 con 13 millones de dólares.

Para interpretar si las variaciones de valores absolutos en ventas, fueron afectados por la presencia de aranceles que incrementaron los precios de estos productos en los periodos referidos de la figura 27, se presenta a continuación un apartado de las principales resoluciones y cambios que se suscitaron en cada periodo, así como opiniones de analísticas en el tema.

4.2 Comportamiento del nivel de importaciones.

Los aranceles en relación al ejemplo explicado en la tabla 21, afectan directamente a la inversión en la importación de equipos Smartphones, independientemente de los cambios que se han generado en tributos entre los años 2012 al 2019, por ende, una mayor presencia de tributos, significa, una menor inversión o compra en el extranjero de este tipo de equipos, por ende, antes de determinar una relación o afectación de los mismos en cuanto al monto de ventas, se selecciona la partida arancelaria 8517.12.00 que según el Comité de Comercio Exterior (2017) en el anexo 1 de la NOMENCLATURA DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS DEL ECUADOR se refiere al detalle de mercaderías bajo la descripción Teléfonos móviles (celulares) inteligente (Smartphones).

La tendencia en importación de Smartphones durante los años 2012 al 2019, tuvieron el siguiente comportamiento en valor FOB

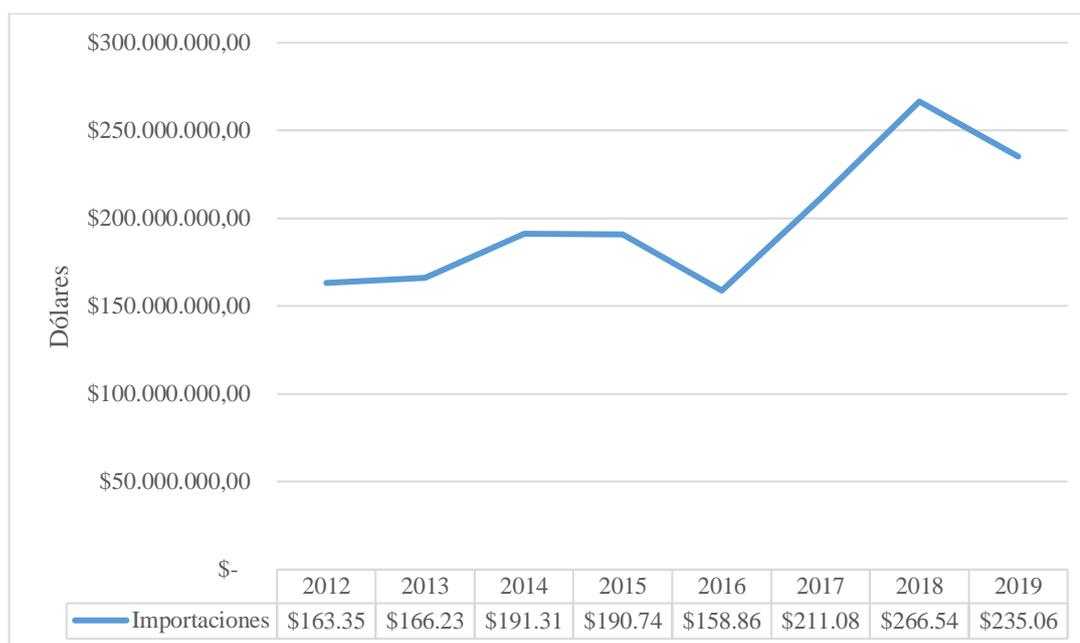


Figura 28. Nivel de importación de Smartphones entre los años 2012 – 2019 en de dólares

Tomado de: Estadísticas de Comercio Exterior, Banco Central del Ecuador

Con referencia a las estadísticas de importación se Smartphones, los valores FOB muestran un crecimiento entre los años 2012 al 2013 de dos millones de dólares, para el 2014 estos valores ascienden 25 millones más, sin embargo, para el año 2015 y 2016

las empresas comienzan a mostrar un decrecimiento de 568 mil dólares y 31 millones de dólares respectivamente, consecuentemente para el año 2017, se incrementa en 52 millones, para el 2018 vuelve a incrementarse, pero en 55 millones, para terminar en 2019 con un decrecimiento de 31 millones de dólares.

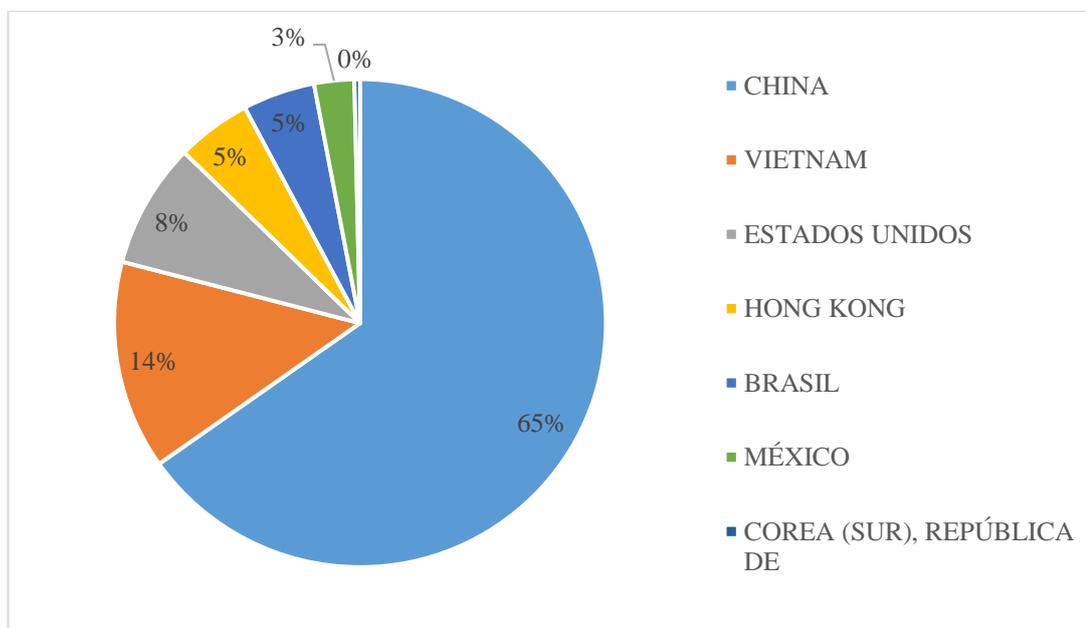


Figura 29. Participación de países por nivel de importación durante los años 2012 - 2019

Tomado de: Estadísticas de Comercio Exterior, Banco Central del Ecuador

De acuerdo a la figura 29, se observa que, los Smartphones que ingresan al Ecuador, provienen en un 65% de China, seguido de un 14% de Vietnam, seguido de un 8% de Estados Unidos, a continuación, se registran Brasil y México con un 5% y finalmente de Corea del Sur con un 3%, esto indica que ante una posible necesidad de competitividad en precios en el mercado de Smartphones, se deba realizar tratados o acuerdos comerciales con China, por la gran participación que posee en el abastecimiento de estos equipos tecnológicos.

4.3 Comportamiento de las resoluciones del COMEX años 2012 – 2019

En este apartado, se muestra en orden cronológico, la aplicación de resoluciones que significaron un efecto en el porcentaje de arancel y restricción a la importación de celulares entre los años 2012 – 2019, se acota que, las resoluciones expuestas, son las más relevantes desde la perspectiva de los investigadores

Tabla 27.
Cronología de resoluciones desde el año 2012 al 2019

Año	Resolución	Efecto
2012	Resolución 64 Resolución 67	Fijación de aranceles y de cupos de importación
2013	-----	-----
2014	Resolución 34	Asignación de cupos de importación adicionales para CNT
2015	Resolución 24 Resolución 49	Prórroga a la vigencia de la resolución 67 - 2012 y 34 – 2017 Compensación por reciclaje de celulares
2016	----	----- Cambio de nomenclatura y arancel del 15% a las partes y piezas
2017	Resolución 20	
2018	-----	-----
2019	Resolución 25	Cambio de arancel con tarifa 0% a las partes y piezas junto con Smartphones ensamblados en otros países.

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

4.4 Correlación entre variables

Para definir si existe una incidencia entre el impacto en la recaudación tributaria por reformas arancelarias en las importaciones con referencia a la tendencia en ventas, se divide la presentación del proyecto de investigación en dos variables:

La primera que representan a los niveles de importación, porque a raíz del valor FOB es posible obtener la recaudación tributaria, además se argumenta que no se toma como referencia los valores recaudados, porque estos, durante los años 2012 al 2019, han cambiado conforme a su cálculo, donde unos apuntaban al valor FOB con temas de Impuestos a los Consumos Especiales e IVA como a inicios del 2012 y otros que en la actualidad son inexistente por la tarifa 0% del ICE a inicios del 2019; este conjunto de datos se lo representa como variable independiente.

En cuanto al análisis de la tendencia de ventas, se toman los datos obtenidos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros en referencia a la comercialización de Smartphones al por menor, los cuales se sobre entienden que son los montos cancelados por los consumidores finales, técnicamente llegando a su proceso comercial final, tal como se lo explicó en la figura 26 del presente capítulo; este grupo de datos se lo cataloga como variables dependientes.

Para determinar si ambas variables, dependiente e independiente están correlacionadas, se toma como forma de cálculo, el coeficiente de correlación de Pearson, a fin de construir una matriz, que argumente si el comportamiento del monto en dólares de cada conjunto de datos muestra un comportamiento similar y si el margen de error por valor p , permite conocer si existe una incidencia en la determinación de aranceles, que aumenta o encarece los montos de importaciones y si éstos van de la mano con el nivel de ventas obtenido entre los años 2012 al 2017. El comportamiento y generación de este análisis de correlación, se lo muestra a continuación:

Tabla 28.
Estadísticas de regresión

Indicador	Resultado
Coefficiente de correlación múltiple	0,58780704
Coefficiente de determinación R^2	0,34551711
R^2 ajustado	0,23643663
Error típico	39987670,5
Observaciones	8

Elaborado por: Sarmiento & Tapia (2021)

En cuanto al cálculo de indicadores de correlación, se tiene que el coeficiente de correlación es de 0.58, lo que asegura que la relación de variables es media, es decir que no hay seguridad que un incremento en la variable independiente que afecte la dependiente; en cuanto a su comportamiento a futuro o ajustado sin sesgos, se establece que el coeficiente de determinación sea de 0.34, por ello con esta segunda respuesta, se argumenta que no hay correlación entre estas variables, finalmente el R^2 ajustado ratifica que coeficiente de correlación y determinación, donde la falta de dependencia de variables, no se puede concluir a pesar que se utilicen modelos

estadísticos ajustados, finalmente el error típico está por encima de los 39 millones de variación.

En cuanto a la comprobación de aplicar un modelo de pronóstico que base la afectación de los aranceles sobre las ventas, se rechaza totalmente, debido a la presencia de un valor p de 0.12 superior a un error del 5% y 10%, lo que argumenta que, cualquier variación en medidas arancelarias no afecta al nivel de ventas que se obtiene directamente al consumidor final y que según la encuesta, el perfil de consumo y decisión de compra en Smartphone no se define por el precio, sino en la tecnología, valor agregado y utilidad que el usuario le dé al mismo, por ello, existen diferentes modelos, gamas y características, las cuales se adaptan de acuerdo al presupuesto y decisión del cliente al momento de comprar un producto de este segmento.

4.5 Estrategias para mejorar la competitividad en precios de celulares en Ecuador

En referencia a lo argumentado en la teoría clásica del comercio internacional, teoría de la ventaja absoluta y ventaja comparativa, la presencia de precios competitivos en un sector, significa mayores oportunidades para la creación de emprendimientos y negocios, además de la apertura del comercio de exportación en el ámbito tecnológico en el Ecuador, por ende, políticas que vayan de la mano, para impulsar la importación, sobretodo de productos que mejoren o dinamicen actividades de comunicación como los Smartphones, contribuye al desarrollo de sectores, tales como los servicios de entrega y los negocios que ofertan productos vía redes sociales, por ello se propone:

Desarrollar políticas apropiadas o leyes dirigidas exclusivamente al desarrollo de nuevas formas de Tecnología de Información y Comunicación, de manera que aquellos equipos que sean base para impulsar las nuevas plataformas digitales, ingresen al país sin aranceles, porque dependiendo del desarrollo del software, se pueden crear servicios del cual resulten pioneras empresas ecuatorianas, no solo en el ámbito local sino de manera internacional, con la finalidad de crear plazas de trabajo, presencia de nuevos segmentos empresariales y agregar actividades a la balanza de pagos ecuatoriana.

Con relación a las respuestas de los comerciantes de Smartphones realizadas en las entrevistas descritas en el capítulo anterior, se estableció que el principal problema es la inestabilidad política en la fijación de aranceles, al catalogar el segmento comercial de los Smartphones, como un segmento que se abastece únicamente de la importación, por ende, cualquier medida de cupos de importación, fijación de aranceles e impuestos y demás rubros que sumen al valor FOB, significa un aumento de valor en los Smartphones al consumidor final, perjudicando con ello a la competitividad y oferta de mejores equipos para facilitar la comunicación, por ende se recomienda:

Proponer proyectos de inversión dedicados al ensamblaje y producción de Smartphones en el Ecuador, de manera que las políticas que signifiquen aumento de aranceles, se dirijan exclusivamente a productos terminados que ingresan al país, eliminando de la lista, las empresas que importen partes y piezas, del cual se evidencie la intervención de mano de obra ecuatoriana, generando un segmento de empleo, considerando un escenario dónde, la producción de equipos en el territorio sea menos costosa que importar equipos directamente ensamblados en otros países.

Con referencias a la creciente demanda de equipos Smartphones en el Ecuador, en función a los datos de las encuestas realizadas a un conjunto de consumidores finales, entre las características más destacadas, se hace hincapié al cambio de modelos por avances tecnológicos, los cuales posiblemente sean abastecidos por actividades de contrabando, por ende, se propone la siguiente estrategia: Disminuir la carga arancelaria para asegurar precios competitivos, de manera que la legalidad de adquirirlos en el proceso de importación resulte rentabilidad, sin que la actividad de contrabando, gane participación, por una demanda de aceptar precios y un cliente que no requiere la necesidad conocer la naturaleza de estos productos.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En función a los objetivos propuestos al inicio del trabajo de investigación, se plantea a continuación la descripción de una conclusión para cada argumento:

- Con referencia al objetivo específico de desarrollar un marco referencial sobre las teorías instituciones que apoyan y argumentan la intervención de reformas tributarias en el tratamiento del comercio exterior por afectación financiera de un país en términos de balanza comercial, se concluye que, es importante que la industria local se encuentre protegida, porque a través de su desarrollo, se generan plazas de trabajo, obtención de divisas y atractivo internacional para la inversión, por ende, la fijación de reformas arancelarias y tributarias, marca consecuentemente el desarrollo de una nación, sin embargo es importante considerar que, la designación de leyes en contra de la competitividad y la innovación de competidores extranjeros, pueden condicionar tratados de libre comercio y convenios con otras naciones, por lo cual, en caso de fijar aranceles que perjudican el producto extranjero, el país que lo aplique, deberá acudir a la Organización Mundial de Comercio, justificando los intereses que lo llevaron a fijar tal decisión.
- Con relación al objetivo específico de detallar las reformas tributarias que afectaron al sector móvil de importación durante los años 2012 – 2019, se concluye que, dependiendo de la política económica, el cambio de gobierno y las tendencias de mercados internaciones como la fluctuación del dólar, se ha generado diferentes cambios en la política tributaria en el Ecuador, una referente al desarrollo de la matriz productiva hasta el año 2015, año en el cual comenzaron medidas de protección por afectación de apreciación del dólar; finalmente a partir del 2017 se eliminan barreras de importación para los Smartphones, adicionando con ello, mayores competidores en el mercado.
- Según el objetivo específico de realizar un análisis macroeconómico sobre el desarrollo que ha tenido el sector móvil importador durante los periodos 2012 –

2019, se concluye que, a pesar de limitar la adquisición de cantidades de Smartphones, las empresas que se dedican a esta actividad, toman la decisión de adicionar al precio, las tasas arancelarias, tributos y cualquier rubro externo que afecte al valor FOB, sin importar que esto supere el precio en promedio que se maneja en teléfonos con otros países, por ende, los resultados se convierten en un perjuicio total para el consumidor final, porque estaría pagando un valor que compensa en su mayoría la utilidad y tributos ecuatorianos que la relación de los materiales y componentes que se emplearon para la fabricación del producto.

- Finalmente, para el objetivo específico de realizar un informe económico sobre las ventas y la recaudación tributaria a nivel nacional durante los años 2012 al 2019 en el sector móvil importador, se concluye que, a través de un análisis correlacional no existe una relación entre ambas variables, porque mientras la importación de equipos disminuye, por diferentes razones externas en las condiciones gubernamentales, las empresas comercializadoras de Smartphones, tienden a subir su precio, supliendo con ello el beneficio a obtener de dos equipos en la venta de un solo producto en percha, con lo cual se muestra que el sector está en crecimiento, con un perfil del consumidor, que a pesar de pagar por un precio alto, esto totalmente satisfecho por la tecnología.

Recomendaciones

Las recomendaciones que se pueden aportar para el trabajo de investigación son las siguientes:

- De acuerdo a lo establecido en el objetivo específico de desarrollar un marco referencial sobre las teorías instituciones que apoyan y argumentan la intervención de reformas tributarias en el tratamiento del comercio exterior por afectación financiera de un país en términos de balanza comercial, se recomienda, enfocar las reformas tributarias para el comercio internacional, previo un análisis de inversión, innovación, disponibilidad tecnológica, especialización del talento humano y potencial para la implementación de la industria; si se cuenta con estos requisitos, se podrían fijar medidas de protección con argumentos de desarrollo económico para el Ecuador ante la Organización Mundial de Comercio, sin el riesgo de sanciones o fallas en contra del presupuesto del consumidor final.
- Para el objetivo específico de detallar las reformas tributarias que afectaron al sector móvil de importación durante los años 2012 – 2019, se recomienda que, los cambios constantes de resoluciones tributarias y arancelarias sobre el comercio exterior, solo conlleva a una inestabilidad política que referencia al Ecuador, como un país, donde la generación de utilidades estaría afectada directamente por la incertidumbre de los gobiernos, por ende, las inversiones de inyección de capital para el país, son menores y con ello, menos plazas de trabajo para disminuir la tasa de desempleo.
- Con referencia para el objetivo específico de realizar un análisis macroeconómico sobre el desarrollo que ha tenido el sector móvil importador durante los periodos 2012 – 2019, se recomienda que, el perfil del consumidor de Smartphones, genera oportunidades para el desarrollo tecnológico de los equipos, por lo que, siempre busquen nuevas tendencias de modas y equipos, con altas posibilidades de compra, donde la mejor estrategia de aplicación de los comercios, estaría en la generación de convenios de comerciales con marcas internacionales, para flexibilizar su disponibilidad de inventarios o incurrir con precios más bajos para obtener competitividad en el sector.

- Finalmente, para el objetivo específico de realizar un informe económico sobre las ventas y la recaudación tributaria a nivel nacional durante los años 2012 al 2019 en el sector móvil importador, se recomienda, promover el ensamblaje de Smartphones en el país, porque eso evitaría a futuro que las empresas sean objeto de aranceles y reformas que fijan un techo a las ventas, para lo cual es necesario alianzas directas con marcas reconocidas del mercado, sobre todo para incurrir en una inversión compartida.

Referencias bibliográficas

- Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones. (2018). *Servicio Móvil Avanzado*. Quito: Registros administrativos ARCOTEL.
- Amat, O. (2008). *Análisis de Estados Financieros*. Grupo Planeta (GBS).
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 6ta. Edición*. Caracas: Episteme.
- Asociación de Ensambladores de Electrónicos y Eléctricos del Ecuador. (4 de Septiembre de 2016). *Protección de la industria*. Obtenido de <https://aede2ecuador.wordpress.com/>
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Información económicas*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- Bateman, T., & Snell, S. (2009). *Administración, liderazgo y colaboración en un mundo competitivo* (Octava ed.). (M. Paterna, & M. Amieva, Trads.) México, México: McGraw Hill.
- Carranza, D. (s.f.).
- CEPAL. (Agosto de 2001). La inserción internacional de la región en los años noventa. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/10749-la-competitividad-empresarial-america-latina-caribe>
- Comité de Comercio Exterior. (2017). *Nomenclatura de designación y codificación de mercancías del Ecuador*. Quito: Ministerio de Comercio Exterior.
- Galarza, M. (01 de Mayo de 2015). *Las medidas restrictivas a la importación de celulares y su impacto en el consumo, tributación y utilidades de las empresas de telecomunicaciones en el Ecuador, durante el periodo 2010 – 2012.* Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7860/1/TESIS%20%20LISTA%20-ING.%20%20MARITZA%20GALARZA.pdf>
- Instituto Nacional de Contadores Públicos, INCP. (2012). *Principales indicadores financieros y de gestión*. Obtenido de <https://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). *Directorio de empresas*. Obtenido de <http://aplicaciones3.ecuadorencifras.gob.ec/VDATOS2-war/paginas/administracion/direcEmpresarial.xhtml>
- López, N., & Sandoval, I. (2016). Métodos y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa. *Sistema de Educación Virtual - Universidad de Guadalajara*.

- MENTINNO. (1 de Enero de 2020). *Ecuador Estado digital* . Obtenido de <https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2020/#:~:text=Inversi%C3%B3n%20Publicitaria%20Digital%20en%20Ecuador,58%25%20de%20la%20inversi%C3%B3n%20total>.
- Moreno, A., Narváez, D., & Sancho, S. (2016). *Teorías del comercio internacional*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>
- Muñoz, C. (2016). *Metodología de la investigación*. México D. F: Oxford University Press.
- Negishi, T. (2000). *La división del trabajo y estructural de Adam Smith*. Tokyo: Elsevier Science B.V.
- Palacios, D., & Reyes, P. (2016). *Cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior*.
- Palella, S., & Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cualitativa*. Caracas, Venezuela: FEDUPEL.
- Pérez, I. (1 de Junio de 2017). *El análisis marxista de la economía mundial y los estudios sobre el desarrollo*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-91762017000100199
- Porter, M. (2010). *Ser competitivo*.
- Primicias. (17 de Mayo de 2019). *Los ecuatorianos pagan 30% más de impuestos y aranceles por un celular*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/precio-celulares-caros-ecuador-aranceles/>
- Quevedo, P. (2017). *Influencia del marketing digital y online en la fidelización de los clientes de consumo masivo: categorías chokolatinas*. Manizales, Caldas, Colombia: Universidad de Manizales.
- Ricardo, D. (1959). *Principios de Economía Política y de Tributación*. Madrid: Editorial Aguilar.
- Rodríguez, G., & Zúñiga, M. (2018). *Análisis del comportamiento del consumidor frente a las medidas restrictivas de la importación de celulares en el Ecuador, periodo 2013 - 2016*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2321>
- Rodríguez, G., & Zúñiga, M. (2018). *análisis del comportamiento del consumidor frente a las medidas restrictivas de la importación de celulares en el*

Ecuador. período 2013 -2016. Obtenido de
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2321/1/T-ULVR-2118.pdf>

- Sempértegui, J., & Chamba, J. (2015). *Comercio Informal en la ciudad de Loja, estudio situacional, propuestas de ordenamiento y regulación*. Loja: Suracademi.
- SENPLADES. (12 de Diciembre de 2012). *Niveles administrativos de planificación*. Obtenido de Folleto popular: ¿Qué son las zonas, distritos y circuitos?: <http://www.planificacion.gob.ec/3-niveles-administrativos-de-planificacion/>
- Smith, A. (1776). *La Riqueza de las naciones*. Atlanta.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020). *Clasificador industrial internacional uniforme CIU Rev. 4*. Quito: INEC.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (16 de Junio de 2020). *Criterios de búsqueda*. Obtenido de https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Estados%20Financieros%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Estados%20Financieros
- Toro, D., & Parra, R. (2006). *Método y conocimiento metodología de la investigación*. Medellín: Fondo Editorial Universidad.
- Torres, M. (2016). *TAMAÑO DE UNA MUESTRA PARA UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO* . Obtenido de http://fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin02/URL_02_BAS02.pdf
- Vargas, A. (2004). *Empresas cooperativas, ventaja competitiva y tecnologías de la información*. Madrid: CIRIEC-España, Revista de Economía.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de entrevistas a expertos en el área tributaria



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

Entrevista a expertos en el área tributaria

Objetivo: Conocer las opiniones y puntos de vista de expertos en el área tributaria con relación al accionar del Gobierno Nacional a la implementación de aranceles en determinados sectores y en particular a la importación de Smartphone en el Ecuador.

11. ¿Por qué el Estado Ecuatoriano tiende a generar aranceles a determinados productos?

12. ¿La implementación de aranceles representaría una competencia desleal hacia los fabricantes extranjeros de Smartphone?

13. ¿Conforme a la recaudación tributaria, las medidas arancelarias que se implementan son permanentes?

14. Para implementar nuevos aranceles, ¿qué proceso sigue el Estado Ecuatoriano?

15. ¿Por qué la importación de Smartphone es castigada con aranceles?

16. ¿Qué pasaría si las medidas arancelarias afectan negativamente al comercio?

17. ¿Podría generar evasión tributaria las medidas arancelarias en contra de la importación?

18. ¿Considera que los consumidores finales aceptan sin ningún problema la afectación en precios por los tributos?

19. ¿Cuál es la perspectiva del Gobierno Nacional hacia aquellos sectores importadores?

20. ¿Con referencia a la pandemia que se genera en la actualidad, es importante que los aranceles no afecten el precio?

Anexo 2.Formato de entrevistas a comerciantes de Smartphones



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

Entrevista a comerciantes de Smartphone

Objetivo: Identificar las amenazas y debilidades que enfrentan los comerciantes de Smartphone frente a las medidas actuales que regulan la importación de este tipo de producto.

11. ¿Considera que el Ecuador es un productor potencial de Smartphone?

12. Con referencia a las últimas medidas arancelarias ¿han afectado los precios para el consumidor final?

13. Las tendencias o medidas que implementa el Gobierno, ¿mejoran o empeoran la competitividad del mercado?

14. Las condiciones actuales de la pandemia ¿Han incrementado la demanda de Smartphone en el Ecuador?

15. ¿Usted dispone de un servicio de reparación de Smartphone?

16. Cuando estuvo en vigencia las medidas a la restricción de Smartphone en el año 2012, ¿su negocio fue afectado?

17. A pesar de los precios, ¿la demanda de Smartphone ha variado?

18. ¿Cuáles son las debilidades del sector?

19. ¿Qué amenazas usted observa a futuro para el desarrollo del sector?

20. ¿Por qué es importante que en el Ecuador se ensamblen Smartphone?

Anexo 3. Formato de encuestas a consumidores finales.



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

Entrevista a comerciantes de Smartphone

Objetivo: Determinar los gustos y preferencias de los consumidores y su sensibilidad ante el precio y disponibilidad de modelos de Smartphone.

Criterios	Argumentos	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Con referencia al precio	En la actualidad usted selecciona el producto por el valor en percha					
	El precio está asociado por la tecnología del Smartphone					
	El incremento en precio por aranceles a la importación de Smartphone no afecta su comportamiento de consumo					
	Comprar productos ensamblados en el Ecuador significa precios más económicos					
	Los precios varían de acuerdo a la oferta de marcas					
Con referencia al producto	Usted adquiere Smartphone en referencia a su necesidad de comunicación					
	Consumiría Smartphone fabricados en el Ecuador					
	El diseño influye en su comportamiento de compra					
	Acostumbra a solicitar garantía del producto					
	Usted analiza las características del Smartphone antes de adquirirlo					
Con referencia al sitio	Usted adquiere Smartphone solo en operadoras autorizadas					
	Adquirir equipos Smartphone en locales diferentes requieren un castigo del precio					
	Usted utiliza servicio técnico propio de la marca					
	Influye mucho la credibilidad el proveedor para decidir una compra					
	Solo acude a distribuidores autorizados					

Con referencia a la promoción	Accepta recibir promociones en el cambio de equipo					
	Usted está en línea con los avances tecnológicos de Smartphone					
	Aprovecha descuentos ofertados por las operadoras					
	Recibe publicidad dirigida de las operadoras					
	Considera que el mercado está abarrotado de diferentes modelos					