



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Ciencias Jurídicas**

**Escuela de Estudios Internacionales**

**Análisis comparativo en el ámbito operacional y legal entre el modelo de importación tradicional y el modelo de importación B2B a través del comercio electrónico.**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Licenciado en Estudios Internacionales Mención Bilingüe en Comercio Exterior**

**Autoras: Daysi Estefanía Granda Crespo  
Andrea Cristina Mera Andrade**

**Directora: Dra. Claudia Inés Campoverde Cárdenas  
Asesora: Ing. María Inés Acosta Urigüen**

**Cuenca, Ecuador**

**2018**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a nuestra Directora de Tesis, la Dra. Claudia Inés Campoverde Cárdenas y de la misma manera a nuestra Asesora, la Ingeniera María Inés Acosta Urigüen por su paciencia e incondicional apoyo a lo largo de este trabajo y de la carrera universitaria en sí. A todas las instituciones tanto públicas como privadas que nos brindaron su apertura e información para poder llevar a cabo esta tesis, los profesores de la Universidad del Azuay que ayudaron con testimonios e ideas y las personas implicadas en general. Por último agradecemos de sobremanera el inmenso soporte que nos han brindado nuestros padres en toda esta etapa universitaria con su ejemplo de perseverancia y dedicación.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO DE LA IMPORTACIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>Introducción al Capítulo 1 .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. Introducción a la importación y definición del proceso (Estado general de las importaciones en el país) .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1.1 Definiciones legales .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1.2 Proceso de una importación tradicional .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2 Estado actual del comercio electrónico en el mundo, Latinoamérica y Ecuador. 20</b>	
<b>1.3 El Comercio electrónico y el modelo Business to Business o B2B .....</b>	<b>24</b>
<b>1.4 Proceso de importación mediante el comercio electrónico a través de páginas B2B .....</b>	<b>26</b>
<b>1.5 Importaciones mediante el comercio electrónico bajo regímenes de excepción... 30</b>	
<b>1.6 Categorías de las mercancías para los regímenes de excepción..... 34</b>	
<b>Conclusión al Capítulo 1 .....</b>	<b>38</b>
<b>CAPÍTULO 2 ANÁLISIS COMPARATIVO.....</b>	<b>39</b>
<b>Introducción al Capítulo 2 .....</b>	<b>39</b>
<b>2.1 Análisis de las entrevistas realizadas (Entrevistas adjuntas en anexos) .....</b>	<b>40</b>
<b>2.1.1 Análisis de la entrevista al Ing. Comercial Antonio Torres, actual profesor universitario y operador de comercio exterior..... 40</b>	
<b>2.1.2 Análisis de la entrevista al Dr. Jaime Moreno, Director Legal de la Cámara de Comercio de Cuenca y al Ing. Diego Farfán, encargado del departamento de sistemas de la referida Cámara..... 43</b>	
<b>2.1.3 Análisis de la entrevista al gerente nacional de compras de Marcimex, Ing. Juan Francisco Vanegas .....</b>	<b>46</b>
<b>2.1.4 Análisis de la entrevista a la Srta. Elisa Rizzo, encargada de ventas de La bahía.ec .....</b>	<b>47</b>
<b>2.1.5 Análisis de la entrevista a la Ing. Cristina Córdova, encargada de las importaciones de decoración a nivel nacional en la empresa Colineal..... 48</b>	
<b>2.1.7 Análisis de la entrevista a la Ing. Nuria Maldonado, Directora Regional de Correos del Ecuador CDE E.P..... 51</b>	
<b>2.1.8 Análisis de la entrevista a la economista Carolina González, encargada de envíos de Clientes Corporativos de DHL .....</b>	<b>52</b>
<b>2.1.9 Análisis de la entrevista al Ingeniero Fernando Vélez, gerente de la empresa IMPORTEC y usuario del Courier DHL .....</b>	<b>54</b>

2.1.10 Análisis de la entrevista de la Sra. Dayana Vidal usuaria de AliExpress y Correos del Ecuador .....	55
2.2 Opiniones y posiciones respecto a la Tasa de Servicio de Control Aduanero (TSCA) a partir de las entrevistas realizadas.....	56
2.3 Opinión final respecto a la TSCA.....	59
2.4 Análisis legal de las importaciones tradicionales .....	61
2.5 Análisis legal de las importaciones B2B mediante comercio electrónico .....	62
2.6 Análisis operativo de las importaciones tradicionales .....	66
2.7 Análisis operativo de las importaciones B2B mediante comercio electrónico .....	67
Conclusión al Capítulo 2 .....	70
<b>CAPÍTULO 3: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA IMPORTACIÓN B2B .....</b>	<b>71</b>
Introducción al Capítulo 3 .....	71
3.1 Barreras al comercio electrónico en América Latina .....	72
3.2 Ventajas y desventajas de la importación B2B mediante comercio electrónico...	78
3.2.1 Ventajas de la importación B2B mediante comercio electrónico .....	78
3.2.2 Desventajas de la importación B2B mediante comercio electrónico .....	83
Conclusión al Capítulo 3 .....	87
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>88</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>94</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>96</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico No. 1 Volumen global de mercancías por comercio electrónico B2B (GMV) de 2013 a 2017.....</b>	<b>21</b>
<b>Gráfico No. 2 Porcentaje de e-commerce dentro del comercio total en Latinoamérica</b>	<b>22</b>
<b>Gráfico No. 3 Porcentajes de empresas ecuatorianas que negocian en internet .....</b>	<b>23</b>
<b>Gráfico No. 4 El crecimiento del E-commerce desde 1995 hasta 2016.....</b>	<b>24</b>
<b>Gráfico No. 5 Modelo típico de comercio electrónico .....</b>	<b>25</b>
<b>Gráfico No. 6 Sucesión del proceso para realizar una compra en Alibaba .....</b>	<b>27</b>
<b>Gráfico No. 7 Sistema Avísalo de Correos del Ecuador .....</b>	<b>31</b>
<b>Gráfico No. 8 Categorías de Trafico Postal y Mensajería Acelerada.....</b>	<b>37</b>
<b>Gráfico No. 9 Etapas en las transacciones de Comercio Electrónico .....</b>	<b>72</b>
<b>Gráfico No. 10 Percepción de los retos que enfrentan las empresas en el Comercio Electrónico Transfronterizo.....</b>	<b>74</b>
<b>Gráfico No. 11 Porcentaje de órdenes rechazadas por fraude en América Latina.....</b>	<b>77</b>
<b>Gráfico No. 12 Ventas estimadas de Comercio Electrónico B2B y B2C globales y en América Latina y El Caribe .....</b>	<b>79</b>

## **RESUMEN**

Esta tesis se enfoca en un análisis comparativo de las importaciones tradicionales y las importaciones realizadas bajo el modelo Business to Business (B2B) a través del comercio electrónico, tomando en cuenta la situación del mismo a nivel mundial, latinoamericano y nacional. Para lograr este análisis se ha realizado un enfoque en el ámbito legal y operacional de los dos modelos de importación para posteriormente determinar las ventajas y desventajas que la importación mediante comercio electrónico podría brindar al importador. Este trabajo ha sido resultado de una investigación bibliográfica y un estudio de campo en donde se obtuvieron datos reales de empresas e instituciones, es así como se consigue llegar a la principal conclusión de que la importación B2B resulta ventajosa en comparación a la tradicional, en la medida del tipo de producto a importar, la cantidad y su finalidad. Es por lo mismo que se recomienda que la mercancía poco compleja, sin mayores especificaciones técnicas ni requerimiento de garantías sea importada mediante este modelo (B2B) tomando en cuenta los límites establecidos en la ley.

## **ABSTRACT**

This thesis focuses on a comparative analysis of traditional imports and imports that occur under the business-to-business model (B2B) through electronic commerce, taking into account its situation at a global, Latin-American and national level. In order to achieve this analysis, there was emphasis in two specific aspects: legal and operational of both import models. Consequently the advantages and disadvantages of the B2B import model were pointed out. This investigation is the result of bibliographical research and a field study in which real data provided by public and private companies was obtained. This is how we get to the main conclusion that the B2B import model is advantageous in comparison to the traditional, in the measure of the type of product, quantity and purpose in order to be imported. That is why it is strongly recommended that the uncomplicated products, without greater technical specifications or warrant requirements, must be imported through this model (B2B).

## INTRODUCCIÓN

Las importaciones de bienes realizadas por personas ya sean naturales o jurídicas con fines comerciales o para efectos personales involucran una serie de pasos para lograr que la mercancía llegue al país de destino conforme a la ley. Uno de los primeros pasos implica la búsqueda y contacto de proveedores que dependiendo del producto a importar, varía de destino lo que presenta inmediatamente una barrera física. Sin embargo, a raíz del surgimiento de la internet y el comercio electrónico, la información es encontrada con mayor facilidad además de la existencia de páginas web que reúnen a proveedores (exportadores) quienes operan mediante herramientas electrónicas desde la recepción de un pedido hasta el pago.

El e-commerce involucra nuevas formas de hacer negocios donde el comprador y el vendedor mantienen contacto a través de la red traspasando barreras físicas. Una modalidad muy importante de este tipo de comercio es el Business to Business o B2B que es donde se dan lugar negociaciones en línea de bienes o servicios entre distintas empresas, de esa forma, este modelo se ha convertido en una opción práctica para los importadores.

No obstante, existen obstáculos para el comercio electrónico como son la confianza entre las partes, aspectos legales como los impuestos, incertidumbre en la calidad, medios de pago, etc. que aún no están claros con respecto a la ley ecuatoriana. Es por lo mismo que se ha creído conveniente en esta tesis realizar un análisis comparativo de la importación de bienes realizada a través del comercio electrónico B2B frente a una importación común caracterizada por la barrera física entre el comprador y el vendedor enfocándose en aquellos aspectos operacionales y legales.

La presente tesis ha sido resultado de una investigación descriptiva ya que busca describir adecuadamente el proceso de una importación tradicional y una mediante el comercio electrónico con el fin de comparar los dos *modus operandi* y de esa forma determinar ventajas y desventajas para el importador. Para realizar este trabajo se utilizó una complementariedad entre métodos cualitativos y cuantitativos, debido a que se consideró fundamental analizar las cifras de importaciones en el Ecuador, en la región latinoamericana y en el mundo, así como la incidencia del comercio electrónico

en las mismas. La investigación bibliográfica fue la principal fuente de obtención de información, sin embargo también consideramos importante realizar un estudio de campo para conseguir datos reales de empresas e instituciones tanto públicas como privadas que llevan a cabo importaciones tradicionales o electrónicas o tengan relación con las regulaciones y operatividad de las mismas.

# **CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO DE LA IMPORTACIÓN**

## **Introducción al Capítulo 1**

En el primer capítulo se hará referencia a la presente situación de las importaciones en Ecuador, que es el eje central en este trabajo, y como las mismas se han visto afectadas por diferentes factores desde el año 2013 hasta la actualidad. De esta manera, en la presente sección se pretende describir detalladamente, tanto el proceso de una importación tradicional, como el de una importación realizada a través del comercio electrónico. Para esto se ha considerado fundamental hacer un análisis de la presente situación de este tipo de comercio en el mundo, en Latinoamérica y dentro del entorno nacional, de esta forma se busca empatar el estado de desarrollo de esta modalidad de comercio con el potencial del país para llevarlo a cabo. Dentro del e-commerce o comercio electrónico existen diferentes modalidades, esta tesis se enfocará en la modalidad Business to Business o B2B, que es el que se realiza de negocio a negocio, es por lo mismo que se hace una definición y explicación amplia de la misma. Con relación a esto, en este capítulo se identifican los pasos del proceso de importación mediante el comercio electrónico a través de las páginas más conocidas: Alibaba y Amazon, de las cuales se mostrará su modo de operación. Por último se ha considerado de vital importancia, definir a las importaciones mediante el comercio electrónico bajo regímenes de excepción, debido a que es una de las formas más usadas actualmente en el Ecuador.

## **1.1. Introducción a la importación y definición del proceso (Estado general de las importaciones en el país)**

Como un antecedente a la realidad existente de las importaciones en el país, cabe mencionar el objetivo número 10 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 (documento que plantea distintos objetivos y metas a cumplir durante el anterior período gubernamental del Economista Rafael Correa), este objetivo bajo la designación de Impulsar la transformación de la matriz productiva, pretendía “ (...) la transformación en las estructuras productivas que promuevan la sustitución de importaciones y la diversificación productiva, que permitan revertir los procesos concentradores y excluyentes del régimen de acumulación actual” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES). A partir de esta meta, se intentó fomentar la producción nacional, en detrimento de las importaciones que se realizaban en el país. Sin embargo y a pesar de los esfuerzos del antiguo Gobierno, al llevar a cabo este plan, salieron a la luz problemas que Ecuador ha venido arrastrando históricamente como es el hecho de ser un país primario-exportador, las materias primas se siguen constituyendo como el principal producto que Ecuador vende al resto del mundo; de la misma manera la promoción de exportaciones y las políticas de innovación y tecnológicas han sido limitadas.

En el nuevo Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021, dentro del Objetivo 5: Impulsar la Productividad y Competitividad para el Crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria, se plantea que para llevar a cabo el cambio de matriz productiva es clave promover la transformación y diversificación productiva, que pueda crear ventajas competitivas para el país. Para esto, se pretende fortalecer a las industrias existentes y crear nuevas, incorporando al sector productivo a la mayoría de la población, con el objetivo de que los beneficios sean colectivos. “El reto más significativo en este sentido, está en cambiar la matriz productiva del país, acompañada de un cambio cultural que incentive la confianza propia.” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES). Para lograr esto se pretende fomentar en la ciudadanía, un pensamiento y un accionar orientando la producción y la sustitución de importaciones, priorizando a las exportaciones. Cabe recalcar que en el anterior Plan Nacional del Buen Vivir que regía de 2013 a 2017 había un objetivo específicamente relacionado al cambio de la matriz productiva, en el Plan Nacional

actual, se le menciona algunas veces dentro de temas económicos y relativos a los mismos, sin embargo ya no es un objetivo establecido con parámetros y metas a seguir. Existe la posibilidad de que el nuevo Plan Nacional se haya acoplado un poco más a la realidad ecuatoriana, considerando que las importaciones no pueden ser sustituidas cuando la producción nacional no cubre las demandas internas.

Según los datos de la página web denominada “*The Observatory of Economic Complexity*” (OEC), en 2016 Ecuador importó 16 mil millones de dólares. Cabe recalcar que durante los últimos cinco años las importaciones de Ecuador han disminuido a una tasa anual del -24,326%, pasó de importar \$24,2 mil millones en 2011 a \$16 mil millones en 2016. En cuanto a los productos que han liderado las importaciones más recientes, los mismos son los refinados de petróleo, que representan el 8,36% de las importaciones totales de Ecuador, seguido por alquitrán de aceite, que representa el 6,08%. Se pueden también mencionar los medicamentos envasados, los automóviles y la harina de soya. Cabe destacar que estos datos son confirmados por la página web “Trademap”, en donde además se destaca que el saldo comercial en 2016 fue positivo teniendo \$608.972, teniendo como resultado una balanza comercial positiva. Es importante mencionar que la balanza comercial positiva no se debe a un aumento de exportaciones, sino a una disminución considerable de las importaciones, las primeras han caído a una tasa anualizada del -8,35% durante los últimos cinco años. En el 2017, de acuerdo con los datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, desde enero hasta agosto se han importado 12 mil 740 millones de dólares, teniendo como principal socio comercial a Estados Unidos. Un dato interesante en cuanto a los países de origen de las mercancías importadas es que en 2016 se importó un total de 1 857.4 millones de dólares desde los países que conforman la Unión Europea, y hasta agosto del año 2017 hay un total de importaciones de 1,648.5 millones de dólares, lo que representa el 88, 5% de la cantidad del año anterior. Una de las principales causas de este fenómeno es posiblemente la entrada en vigencia del Acuerdo Comercial entre Ecuador y la Unión Europea, mismo que empezó a regir el 1 de enero de 2017.

Por otra parte, según una noticia del diario el Telégrafo, publicada el martes 20 de junio de 2017, con la eliminación total de las salvaguardias<sup>1</sup> el pasado 1 de junio, las importaciones de los productos que estaban sujetos a la medida crecieron en \$ 120 millones, equivalentes al 72% más que en el mismo período de 2016 (del 1 al 14 del mismo mes). Las mercancías que más se importaron durante esos días fueron teléfonos, ropa, preparaciones alimenticias y electrodomésticos como refrigeradoras y televisores. En 2016 las importaciones de los bienes mencionados anteriormente, en la primera mitad de junio, sumaron \$ 28,86 millones, para 2017 la cifra ascendió a \$ 54,89 millones. En este contexto es notable el impacto que tiene la eliminación de las salvaguardas, la economía se ha visto verdaderamente dinamizada con esta reactivación de las importaciones, a pesar de que la implementación de las salvaguardas se dio en el 2015, en el gobierno del Economista Rafael Correa, con el objetivo de regular las importaciones y equilibrar la balanza comercial.

### **1.1.1 Definiciones legales**

#### **Importación:**

Acorde a la información publicada en la página del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, en adelante SENA, importación es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que haya sido declarado.

#### **Mercancía:**

Según el Reglamento al Título a la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en adelante (Reglamento al Título V del COPCI), mercancía es cualquier bien mueble que puede ser objeto de transferencia y que es susceptible de ser clasificado en el Arancel Nacional de importaciones.

---

<sup>1</sup> Según el COPCI, son medidas comerciales apropiadas para restringir o regular las importaciones que aumenten significativamente, y que causen o amenacen con causar un daño grave a la producción nacional. Estas tendrán vigencia hasta por cuatro años y podrán ser prorrogadas hasta por cuatro años más, siempre que se justifique la necesidad de su mantenimiento, tomando en consideración el cumplimiento del programa de ajuste de la producción nacional.

**Operador de Comercio Exterior:**

“Toda aquella persona natural o jurídica, nacional o extranjera que interviene en el tráfico de mercancías, medios de transporte y personas sometidas al control aduanero” (Reglamento al título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del COPCI).

**Control Aduanero:**

Acorde a la definición constante en el Art. 1 de la Resolución No. SENAE-SENAE-2017-0001-RE (M), en concordancia con lo señalado en el Art. 3 de la Decisión No. 778 de la Comunidad Andina, relativa al Régimen Andino sobre Control Aduanero, el mismo es:

“El conjunto de medidas adoptadas por la administración aduanera con el objeto de asegurar el cumplimiento de normas supranacionales y normativa aduanera nacional vigente, en el ejercicio de todas las facultades asignadas a la Administración Aduanera. El control aduanero de las mercancías, los medios de transporte que crucen la frontera y de quienes efectúen actividades, directa o indirectamente, relacionadas con el tráfico internacional de mercancías, comprende el análisis, supervisión, fiscalización, verificación, investigación y evaluación del cumplimiento y aplicación de las normas supranacionales, normativa aduanera nacional vigente y demás normas conexas”.

(COMUNIDAD ANDINA (CAN))

Bajo la definición del Reglamento al Libro V del COPCI, del Título de la Facilitación Aduanera, en concordancia con el artículo 104 del COPCI, en todas las operaciones de comercio exterior se aplicarán todas las medidas adoptadas por la Autoridad Aduanera, velando por el respeto al ordenamiento jurídico y por el interés fiscal, con el fin de asegurar el cumplimiento de la legislación y cuya aplicación es responsabilidad de los operadores de comercio exterior.

Según el artículo 144 del COPCI, el control aduanero se debe aplicar en el momento del ingreso, permanencia, traslado, circulación, almacenamiento y salida de mercancías, unidades de carga y medios de transporte hacia y desde el territorio nacional. De la misma manera, éste se aplica sobre las personas que intervienen en las operaciones de comercio exterior y sobre las que entren y salgan del territorio

aduanero. De acuerdo con la Decisión número 778 de la Comunidad Andina, CAN, en concordancia con la normativa ecuatoriana vigente, el control aduanero podrá realizarse en las fases siguientes:

- Control anterior o previo: el ejercido por la Administración Aduanera antes de la admisión de la declaración aduanera de mercancías.
- Control durante el despacho: el ejercido desde el momento de la admisión de la declaración por la aduana y hasta el momento del levante<sup>2</sup> o embarque de las mercancías.
- Control posterior: el ejercido a partir del levante o del embarque de las mercancías despachadas para un determinado régimen aduanero<sup>3</sup>.

Para estos efectos el SENA E puede solicitar información a las demás instituciones del sector público y a las empresas públicas, respecto de las personas que operen en el tráfico internacional de mercancías y no existirá sigilo ni reserva que le sea oponible.

### **Comercio Electrónico:**

Los autores Kennet C. Laudon y Carol Guercio Travel lo definen como el uso de la internet y de las aplicaciones de software móviles para hacer negocios. Son todas las transacciones comerciales digitales que ocurren entre empresas, personas y entre empresas y personas. Se tiene que hacer la distinción entre la anterior definición de los negocios en línea, que a diferencia del comercio electrónico, comprenden la habilitación digital de las distintas transacciones y procesos dentro de una empresa, sin que estos se exterioricen. “Los negocios en línea no incluyen las transacciones comerciales que implican un intercambio de valores entre las fronteras organizacionales.” (Kenneth y Guercio)

---

<sup>2</sup> Según el RG COPCI, es el acto por el cual la Autoridad Aduanera autoriza al declarante o a la persona interesada a disponer de las mercancías, de acuerdo a los fines previstos en el régimen aduanero autorizado, una vez salida la mercancía de zona primaria y previo el cumplimiento de los requisitos y formalidades aduaneras exigibles.

<sup>3</sup> De acuerdo con el RG COPCI, es el tratamiento aduanero aplicable a las mercancías, solicitado por el declarante, de acuerdo con la legislación aduanera que esté vigente.

### **Modelo de negocios Business to Business (B2B):**

Es el comercio electrónico de negocio a negocio, en el que los negocios se enfocan en vender a otros negocios, según Laudon y Guercio en el libro *E-commerce 2013: Negocios, Tecnología y Sociedad*. En este escenario se ven inmersos distintos actores como: distribuidores electrónicos, compañías de adquisición por la internet y redes industriales.

#### **1.1.2 Proceso de una importación tradicional**

Existen 7 tipos diferentes de Regímenes de Importación:

1. Importación para el Consumo
2. Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado
3. Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo
4. Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria
5. Transformación bajo control Aduanero
6. Depósito Aduanero
7. Reimportación en el mismo estado

Para este trabajo nos enfocaremos en la Importación para el Consumo, definida en el artículo 147 del COPCI, en concordancia con el artículo 120 del Reglamento al Libro V del COPCI, como el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico (ZEDE) pueden circular de manera libre en el territorio aduanero, con el objetivo de permanecer en él definitivamente, luego del pago de todos los derechos e impuestos a la importación, además de los recargos y sanciones, cuando estos tengan lugar y del cumplimiento de las obligaciones aduaneras.

Las mercancías declaradas a este régimen, se van a considerar mercancías nacionalizadas, una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera.

Por otro lado, también analizaremos los Regímenes de Excepción establecidos en el COPCI, que tendrán trascendencia dentro de este trabajo. Definiendo a estos como los envíos o paquetes que cumplen con los límites establecidos, y que se rigen por las formalidades simplificadas, por eso son de excepción, ya que la regla general es que

si se exceden dichos límites, se someten a las normas aduaneras generales y deben cumplir todas las formalidades exigidas.

El primero está contemplado en el artículo 164 del Código Orgánico mencionado y en el artículo 209 del RG al Libro V, Título II del COPCI, y se refiere al Tráfico Postal, definiéndolo como “la importación o exportación a consumo de los envíos o paquetes postales cuyo valor en aduana no exceda del límite que se establece en el reglamento” (COPCI. Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones ). Los mismos se despachan mediante formalidades simplificadas, respetando los convenios internacionales suscritos al respecto, así como los procedimientos que establece el SENA E, el cual realizará el control del flujo del envío postal que ingresa, circula o sale del territorio aduanero del Ecuador, respetando las competencias y atribuciones de la administración postal. Cabe recalcar que los envíos o paquetes que sobrepasen el límite establecido, serán sometidos a las consecuencias establecidas por las normas aduaneras generales. En el artículo 165 del COPCI, en concordancia con el artículo 210 del Reglamento al Libro V, del Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, el Régimen de Excepción planteado es la Mensajería acelerada o Courier, definida en el Código y Reglamento señalados como la correspondencia, documentos y mercancías que cumplan con lo previsto en el Reglamento al COPCI, que no excedan los límites previstos en el mismo, y que sean transportados a través del operador público o por los operadores privados debidamente autorizados por la Aduana y registrados ante la Agencia Nacional Postal. La persona jurídica que lleve a cabo la actividad de mensajería acelerada y que intervenga en los despachos aduaneros, va a tener las mismas responsabilidades y obligaciones que un Agente de Aduana, con respecto a la Declaración Aduanera y en relación a los límites de envío establecidos. Se debe conocer que pueden importar todas las personas naturales o jurídicas, que sean ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país y que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por el SENA E.

El ECUAPASS es el sistema aduanero implementado en 2012, con el cual el SENA E facilita los procesos de comercio exterior, refuerza y asegura el control aduanero de nuestro país ahorrando tiempo en los trámites de importación y exportación. Lo utilizan las Instituciones Públicas y Operadores que intervienen en el comercio exterior del Ecuador, en virtud de las normas contenidas en el COPCI y sus Reglamentos. Sirve

para que los procesos aduaneros sean más fáciles y seguros, ya que con la firma electrónica se pueden realizar los trámites desde cualquier lugar por medio de un dispositivo que permite operar de manera segura, según la información constante en la página web de la Aduana del Ecuador.

Como primer requisito se debe obtener el registro de importador, para esto hay que comenzar por gestionar el Registro Único de Contribuyente (RUC) expedido por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y se debe constar en estado activo con autorizaciones vigentes para emitir comprobantes de ventas y guías de remisión, según la página web del SRI. Posteriormente, se debe adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica, que puede ser otorgado en el Registro Civil, a partir del pago de una cantidad específica y de la presentación de ciertos formularios; esta firma puede ser también validada por la página Security Data, accediendo a la página [www.securitydata.net.ec](http://www.securitydata.net.ec). El siguiente paso es registrarse en el portal de ECUAPASS, de esta manera se puede crear un usuario, constar en la base de datos y registrar la firma electrónica<sup>4</sup>.

Es necesario, después conocer si el producto que se va a importar, está sujeto a ciertas restricciones o si está considerado como de prohibida importación<sup>5</sup>. Para esto hay que acudir a la página del Ministerio de Comercio Exterior COMEX y consultar en sus resoluciones. En el caso de que se cuente con la subpartida específica del producto que se va a importar, hay que hacer la consulta de la misma en el Arancel Nacional, para lo mismo hay que acudir al link [http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt\\_server/ipt\\_flex/ipt\\_arancel.jsp](http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt_server/ipt_flex/ipt_arancel.jsp).

---

<sup>4</sup> Según la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, son los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el mensaje de datos, e indicar que el titular de la firma aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos.

<sup>5</sup> De acuerdo con el RG COPCI, serán las determinadas como prohibidas por el Consejo de Comercio Exterior, COMEX. Su reembarque va a ser obligatorio, excepto las prendas de vestir, perecibles y material educativo, que serán objetos de donación.

Una vez arribada la mercancía al país, se deben realizar los trámites de desaduanización de la misma. Para esto, usualmente es necesario tener la asesoría de un Agente de Aduana<sup>6</sup>.

Dentro del proceso de la importación existen documentos esenciales que se deben presentar para que esta pueda ser correctamente efectuada. Estos documentos que acompañan a la Declaración Aduanera de Importación (DAI) son los documentos de acompañamiento y de soporte, lo cuales serán analizados más adelante.

La Declaración Aduanera de Importación (DAI) es un formulario en el que se registra información general relativa a la mercancía que está siendo objeto de la importación. Para una importación se realiza su respectiva declaración y procedimiento a través de un Agente de Aduana en la mayoría de los casos, además cierta información de la DAI como: el peso de la mercancía, puerto de destino y origen, flete, entre otros, que se los tomará del documento de transporte, el mismo que ha sido generado, registrado y validado en el sistema informático de la Aduana que es el ECUAPAS, lo que permite al SENA (previo a aceptar una declaración aduanera), realizar procesos de validación y verificación de todo el contenido enviado. La Declaración Aduanera va a poder ser presentada física o electrónicamente en un período no superior a quince días calendario previo a la llegada del medio de transporte, y hasta treinta días calendarios siguientes a la fecha de su arribo, de acuerdo con lo establecido en el artículo 66 del Reglamento al Libro V del COPCI. Si no se cumple en ese plazo, las mercancías van a estar inmersas en una de las causales del abandono tácito<sup>7</sup>, según el numeral a) del artículo 142 del COPCI.

---

<sup>6</sup> Según la Resolución 409 del SENA, que establece el Reglamento Específico de los Agentes, acreditado por el mismo, es la persona natural o jurídica cuya licencia le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena, el despacho de las mercancías en representación del importador o exportador; debiendo para esto, firmar la declaración aduanera en los casos que establezca el reglamento y estando en la obligación de facturar por sus servicios de acuerdo a los parámetros fijados por el SENA.

<sup>7</sup> Según el artículo 147 del COPCI, existen tres tipos de abandono: tácito, expreso y definitivo. El abandono tácito se dará cuando se configure cualquiera de las siguientes causales: a) Falta de presentación o transmisión de la declaración aduanera dentro del plazo previsto en el RG COPCI; b) Falta de pago de tributos al comercio exterior dentro del término de veinte días desde que sean exigibles, excepto cuando se hayan concedido facilidades de pago; y c) Cuando se venza el plazo de permanencia de la mercancía en los depósitos aduaneros.

Según el artículo 68 del mencionado Reglamento, se afirma que si una vez presentada y aceptada la Declaración Aduanera, se detecten inconsistencias dentro de los documentos declarados, es posible que se realicen correcciones a la misma. Para que esto pueda ser llevado a cabo, el sistema informático aduanero va a registrar cada uno de los cambios que se efectúen, así como la identificación del OCE o el funcionario que intervenga en el proceso. La modificación a la Declaración Aduanera, pueden ser requeridas por el sujeto activo de la obligación aduanera tributaria (el Estado que actúa por medio de la Aduana) o a solicitud del sujeto pasivo (el OCE) y se considerarán los tributos aduaneros y demás obligaciones tributarias aplicables a la fecha de la aceptación de la Declaración Aduanera que se desea modificar. El funcionario de la Aduana, a cargo de la revisión del trámite, podrá realizar correcciones hasta antes del levante de las mercancías. Cabe recalcar que se podrán realizar todas las correcciones requeridas, sin perjuicio de la imposición de sanciones que pueda existir. Con el fin de modificarla, de acuerdo con el artículo 69 del Reglamento al Libro V del COPCI, existe la Declaración sustitutiva, que es una herramienta de corrección para el declarante o su agente de aduana, para realizar ajustes a la Declaración Aduanera de mercancías cuyo levante se haya realizado, en los casos en que se haya registrado información incompleta o equivocada al momento de la presentación de la Declaración.

Por otro lado, también existe la Declaración Aduanera Simplificada que es “una estandarización de la Declaración Aduanera de importación o de exportación y tiene como fin automatizar la entrada o salida de mercancías dentro de regímenes especiales.” (Todo Comercio Exterior - EC) De acuerdo con el artículo 70 del Reglamento al Libro V del COPCI, la Dirección General del SENA E establecerá los casos en que, por razones de agilidad o simplificación, se admitirá la presentación de declaraciones aduaneras simplificadas. Un ejemplo concreto podría ser en el caso de que un ecuatoriano fallezca en otro país, para efectos de la nacionalización del féretro o ánfora con su cadáver o restos, por motivos de agilizar el trámite y sobre todo simplificarlo para que ingrese al país sin cumplir con la mayoría de requisitos y trámites que normalmente serían exigibles.

Los documentos que acompañan a la Declaración Aduanera conforme el artículo 71 del Reglamento al Libro V, Título II del COPCI, son los documentos de acompañamiento y los documentos de soporte.

Junto a la DAI deben constar por un lado, los Documentos de acompañamiento. Según el artículo 72 del Reglamento al Libro V, Título II del COPCI, los referidos documentos son aquellos inherentes al control previo (antes de que se efectuó el trámite de importación), es decir deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos.

Por otra parte, están los Documentos de soporte, según el artículo 73 del Reglamento al Libro V, Título II del COPCI, los mismos constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad, pudiendo los mismos ser solicitados al realizar el control posterior<sup>8</sup>.

Conforme a lo determinado en el Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del COPCI, los documentos de soporte son:

- a) **Documento de transporte.**- es el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Puede ser endosado hasta antes de la presentación de la Declaración Aduanera.
- b) **Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial.**- es el soporte que acredita el valor de transacción comercial para la importación de las mercancías, es por eso que tiene que ser un documento original, además debe contener la información prevista en la normativa pertinente. Para efectos de importaciones de

---

<sup>8</sup> El artículo 145 del COPCI señala que es el control que se puede llevar a cabo dentro del plazo de cinco años contados desde la fecha de pago de los tributos al comercio exterior. El SENA E podrá someter a verificación las declaraciones aduaneras, así como toda información que tenga cualquier persona natural o jurídica que guarde relación con mercancías importadas.

mercancías que no cuenten con factura comercial, se debe presentar en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación.

c) **Certificado de Origen.-** Es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales.

d) **Documentos que solicite la Dirección General del SENA o el COMEX.-** Éstos son los que se consideren necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, siempre que no sean documentos de acompañamiento.

**Póliza de Seguro como parte de la Declaración Aduanera de Importación.-** Con relación a lo establecido por el artículo 74 del Reglamento al Libro V del COPCI y de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 110 del COPCI, el valor pagado en razón de seguro de transporte constituye parte de la base imponible para el pago de los tributos al comercio exterior. De la misma manera, el costo del seguro formará parte del valor en aduana, pero la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible a la declaración aduanera.

Con relación a los faltantes y sobrantes de mercancías, en el artículo 95 del Reglamento referido, se afirma que si en el momento de la descarga, se considera necesario realizar un aforo físico de las mercancías y como parte de este acto se evidencia que hay faltantes de mercancías en relación con aquellas embarcadas o declaradas, se presumirá que la pérdida se produjo antes del arribo a territorio nacional. Se debe efectuar la correspondiente corrección en la Declaración Aduanera de Importación en los casos en que esta se hubiere presentado, debiéndose pagar los tributos que corresponda en proporción a lo que realmente hubiera llegado. En el caso de que no se evidencien circunstancias particulares al momento de la descarga, y en el acto de aforo físico se detectaren faltantes entre lo declarado y lo revisado, también se debe efectuar la correspondiente corrección en la Declaración Aduanera de Importación, entonces el declarante deberá pagar los tributos que correspondan en proporción a lo efectivamente inspeccionado, sin que se imponga sanción. En estos dos casos el SENA le solicitará al administrador de la zona primaria o depósito correspondiente, los justificativos que demuestren que la pérdida no se produjo en

territorio nacional y en esos casos el administrador de la zona primaria o los depósitos correspondientes, deberán proceder con el pago de los tributos al comercio exterior por las mercancías determinadas como faltantes, sin perjuicio de las sanciones que pudieran existir. Según lo dispuesto en el artículo 96 del Reglamento al Libro V del COPCI, en cuanto a los sobrantes de mercancías, cuando al momento del aforo físico se evidencien sobrantes de mercancías, hay que regirse a lo dispuesto en el Código Orgánico Integral Penal, COIP. Para esto habrá que presentar la Declaración Aduanera con Faltantes y Sobrantes de Mercancías, establecida en el artículo 97 del mismo reglamento, en este caso, si después del aforo se determinan faltantes y sobrantes de mercancías en relación a lo contenido en la Declaración Aduanera, se deberá constatar toda la mercancía faltante y sobrante. Una vez hecho esto, se debe corregir dicha Declaración y su respectiva reliquidación, posteriormente se debe determinar la diferencia del valor de los tributos a pagar, en cuanto a la declaración original y se inicia el procedimiento sancionatorio, quedando el Operador de Comercio Exterior sujeto a la sanción por contravención o delito aduanero, según lo determinen el COPCI o el COIP respectivamente.

En cuanto a las Mercancías no autorizadas para la importación, de acuerdo con lo establecido en el artículo 98 del Reglamento ya mencionado, en caso de detectarse mercancías que debiendo haber contado con documentos de control o autorizaciones de importación, no lo obtengan en un plazo de hasta treinta días calendario después de su arribo al país, siendo que se haya o no presentado la Declaración Aduanera, o dentro de los treinta días calendario posteriores al informe de aforo que determine el cambio de la clasificación arancelaria de la mercancía, deberán obligatoriamente someterse al régimen de reembarque y demás sanciones aplicables. Hay que diferenciar a las mercancías no autorizadas para la importación, de las mercancías de prohibida importación, ya que las primeras se pueden importar después de seguir un proceso de certificaciones y autorizaciones y las segundas cuentan con una restricción total de importación. Es por lo mismo que se debe tomar en cuenta que la falta de documentos de control o autorizaciones de importación no le dará la calidad de mercancía de prohibida importación a las mercancías no autorizadas para la importación, salvo en los casos que lo determine expresamente la ley. Conforme lo dispuesto en el artículo 99 del mismo Reglamento, el reembarque será obligatorio en el caso de mercancías de prohibida importación, excepto en el caso de las prendas de vestir, perecibles y

materiales educativos que serán donadas a la Secretaría de Estado a cargo de la política social. Se dispondrá el reembarque desde la zona primaria del Distrito por donde ingresaron las mercancías, teniendo que tomar en cuenta que los costos operativos o administrativos que existan, van a ir por cuenta del consignatario<sup>9</sup>. Para cumplir con el régimen el consignatario debe proceder con la presentación de la declaración simplificada al régimen de reembarque<sup>10</sup> y de haber cambios en relación con la información incluida, podrá realizar las modificaciones conforme los procedimientos que la Dirección General establezca para el efecto. El Director Distrital del SENA autorizará la destrucción de mercancías, cuando no se hubiera realizado el reembarque en los plazos establecidos y a consecuencia de ello exista decomiso administrativo. Es importante conocer que las declaraciones aduaneras de mercancías consideradas de prohibida importación concluirán con el régimen de reembarque o el destino de destrucción.

Una vez transmitida la DAI, el sistema informático del SENA, procederá a otorgar un número de validación (Refrendo) y el canal de aforo que corresponda.

Para esto hay que tomar en cuenta el concepto de Despacho, establecido en el artículo 139 del COCPI, este es el procedimiento administrativo al cual deben someterse las mercancías que entran o salen del país. Este proceso inicia con la presentación de la Declaración Aduanera y termina con el levante de las mercancías. Con relación al artículo 78 del Reglamento al Código mencionado, para el despacho de las mercancías se deben utilizar las siguientes modalidades de aforo: automático, electrónico, documental o físico, pudiendo ser este intrusivo o no intrusivo. La selección de la modalidad de aforo se tiene que realizar de acuerdo al análisis de perfiles de riesgo,

---

<sup>9</sup> Según el RG COPCI, es el propietario de las mercancías o la persona natural o jurídica a quien se envía las mercancías o quien acredite su condición de tal mediante la presentación del documento de transporte original, consignado a su favor o mediante cesión de derechos.

<sup>10</sup> De acuerdo con el artículo 162 del COCPI, es el régimen aduanero por el cual las mercancías manifestadas que se encuentran en depósito temporal en espera de la asignación de un régimen o destino aduanero podrán ser reembarcadas desde el territorio aduanero. Aun cuando las mercancías hayan sido declaradas a un régimen aduanero, procede el reembarque cuando por el control aduanero se determine un cambio en la clasificación arancelaria que conlleve la exigencia de documentos de control previo u otros, que no eran exigibles de acuerdo a lo declarado por el importador cuando esto obstaculice la legal importación de la mercancía. No se autoriza el reembarque cuando se haya configurado respecto de las mercancías presunción fundada de delito. El reembarque es obligatorio en el caso de mercancías de prohibida importación. Este régimen se ejecutará mediante procedimientos simplificados de acuerdo a lo que señala el reglamento a este Código

implementado por el SENA. Según el artículo 146 del COPCI en concordancia con el artículo 105 del Reglamento al mismo, los Perfiles de riesgo consisten en la combinación predeterminada de distintos indicadores de riesgo, basada en información que ha sido recopilada, analizada y jerarquizada. Los criterios de selectividad se van a sustentar en estos indicadores, con base a la información que la administración aduanera tenga sobre los operadores de comercio exterior. La funcionalidad y administración de la herramienta informática que ayude a llevar a cabo este proceso, será regulada por la Dirección General del SENA.

Como último punto en cuanto a esto, en el artículo 4 de la Resolución Nro. 0581 del SENA, se destaca la confidencialidad que deberá existir con la información que se emplee para la determinación del perfil de riesgo, por lo que los servidores que tengan acceso a esa información, se deben regir a las Regulaciones de Cumplimiento Obligatorio para los mismos, debiendo guardar absoluta reserva. El incumplimiento de esto, será sancionado conforme al COPCI, la Ley Orgánica de Servicio Público y demás normas que regulan los deberes y prohibiciones de los servidores públicos.

El término Aforo, de acuerdo al artículo 140 del COPCI, es el acto de determinación tributaria, a cargo de la Administración Aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercancía. Para este acto de Aforo, se deben tener en cuenta tres normas, mismas que según el artículo 79 del Reglamento al Libro V del COPCI, son:

- a) Naturaleza de las mercancías: Se establece verificando la materia constitutiva, su grado de elaboración y las demás características que permitan la identificación plena del producto.
- b) Clasificación arancelaria: Se lleva a cabo con la aplicación de las reglas generales interpretativas del sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, notas explicativas del Sistema Armonizado de la Organización Mundial de Aduanas, notas complementarias nacionales, normas internas dictadas por el SENA para el efecto y la aplicación de consultas de clasificación arancelaria vigentes, absueltas en virtud de lo dispuesto en el mencionado Reglamento.

c) Valor en Aduana de las mercancías: será determinado según las normas del Acuerdo sobre valoración de la Organización Mundial de Comercio y las disposiciones de carácter nacional y supranacional que rijan la valoración aduanera.

Por último se debe determinar el valor a pagar de los tributos<sup>11</sup> al comercio exterior. Primeramente, según lo dispuesto en el Código Tributario, los tributos se clasifican en:

- Impuestos
- Tasas
- Contribuciones especiales o de mejora

Siguiendo la misma línea, los tributos al comercio exterior son:

- a) Los derechos arancelarios.
- b) Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías.
- c) Las tasas por servicios aduaneros.

El SENA mediante la emisión de una resolución puede crear o suprimir las tasas por servicios aduaneros, además fijará sus tarifas y regulará su cobro.

Para la determinación de estos tributos, se debe considerar la base imponible de los mismos, esta es, de conformidad con el artículo 110 del COPCI, el valor en aduana de las mercancías importadas. El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera.

Cuando la base imponible de los derechos arancelarios no pueda ser determinada de la manera previamente mencionada, se determinará de acuerdo a los métodos secundarios de valoración previstos en las normas que regulen el valor en aduana de mercancías. Para el cálculo de la base imponible, los valores expresados en una

---

<sup>11</sup> Según el Folleto de Introducción General a la Tributación, son cargas públicas, que se traducen para el Fisco en recursos obtenidos por un ente público, SRI, titular de un derecho de crédito, frente al contribuyente obligado, como consecuencia de la aplicación de la ley a un hecho indicativo de capacidad económica. Su objetivo principal es financiar el presupuesto general del Estado

moneda extranjera, deben ser convertidos a la moneda de uso legal, con el tipo de cambio vigente a la fecha de la presentación de la declaración aduanera.

Los diferentes tributos al comercio exterior son:

- **Ad Valorem:** Es un porcentaje según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación).
- **Fodinfra:** (Fondo de Desarrollo para la Infancia) Se aplica el 0.5% sobre la base imponible de la importación.
- **ICE:** (Impuesto a los Consumos Especiales) Su porcentaje es variable según los bienes y servicios que se importen, se supone que es aplicado a productos suntuarios.
- **IVA** (Impuesto al Valor Agregado) Es el 12% sobre la suma de la Base imponible, el Ad Valorem, el FODINFA y el ICE.

## **1.2 Estado actual del comercio electrónico en el mundo, Latinoamérica y Ecuador**

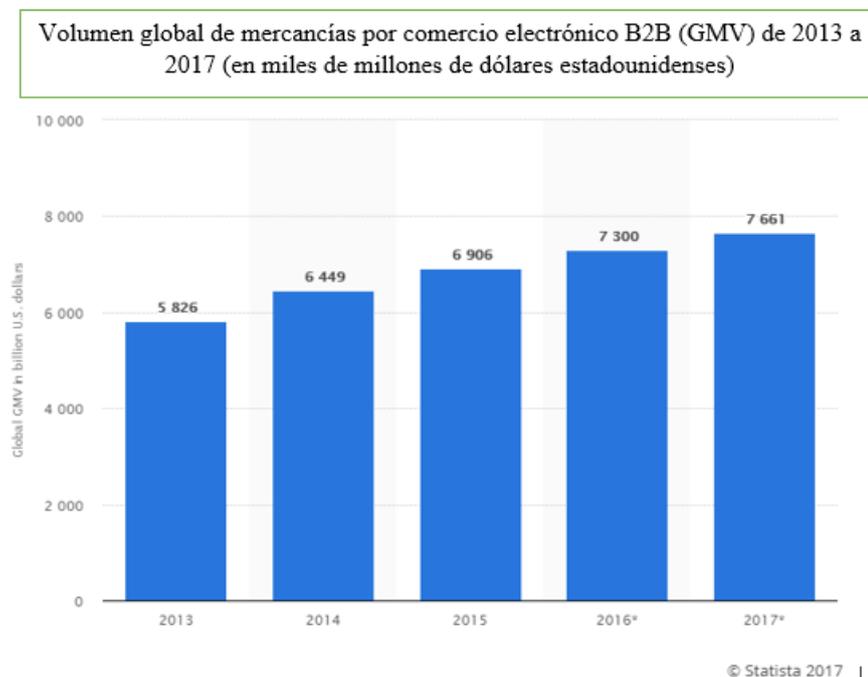
Según el portal de estadísticas *Statista* el comercio electrónico está creciendo a acelerados pasos en su forma B2C, es decir negocio a consumidor, lo que incluye ventas y compras en línea. Se estima que en 2016, 1,61 mil millones de personas en todo el mundo compraron productos en línea y en el mismo año, las ventas mundiales minoristas, realizadas mediante comercio electrónico, ascendieron a 1,9 billones de dólares y las proyecciones muestran un crecimiento de hasta 4,06 billones de dólares estadounidenses para 2020, según la misma fuente. En Asia Pacífico, las ventas electrónicas al por menor, representaron el 12,1 por ciento de las ventas minoristas en 2016, pero para Medio Oriente y África representaron tan solo el 1,8 de las ventas minoristas totales.

Amazon.com es uno de los ejemplos más populares y conocidos de una plataforma de compras en línea, alrededor del mundo. Inicialmente comenzó en 1995 como una librería en línea, pero después comenzó a expandir su gama de productos hacia otros productos minoristas y productos electrónicos de consumo. Desde 2015, Amazon es el minorista electrónico líder, así como el minorista web número uno a nivel mundial.

En cuanto al mercado de comercio electrónico B2B, este ha estado creciendo constantemente hasta 2017, según Statista Asia es la región dominante dentro del comercio electrónico B2B, pero la participación de América del Norte está creciendo, Amazon es la plataforma líder de comercio electrónico cuando se trata de ingresos globales en 2016, con relación al comercio B2B, sin embargo Alibaba ha ganado mercado, sobre todo en Asia.

El siguiente gráfico muestra el volumen global de mercancías por comercio electrónico B2B (GMV según sus cifras en inglés) de 2013 a 2017, en miles de millones de dólares estadounidenses. El indicador GMV (Gross-Merchandise Value o Volumen Global de Mercancías) es muy utilizado en los mercados electrónicos ya que estos son e-commerce que básicamente se centran en comprar un producto, para tenerlo en el almacén y venderlo después, por tanto es una métrica que se utiliza en aquellos e-commerce que no se dedican a fabricar, sino a revender productos. Por tanto la métrica GMV es el volumen total en el mercado electrónico específico, o sea el total de operaciones que se han realizado a través del mismo, pero sin aplicar los descuentos, según el blog de negocios de Iván Ruiz Sevilla.

### **Gráfico No. 1 Volumen global de mercancías por comercio electrónico B2B (GMV) de 2013 a 2017**

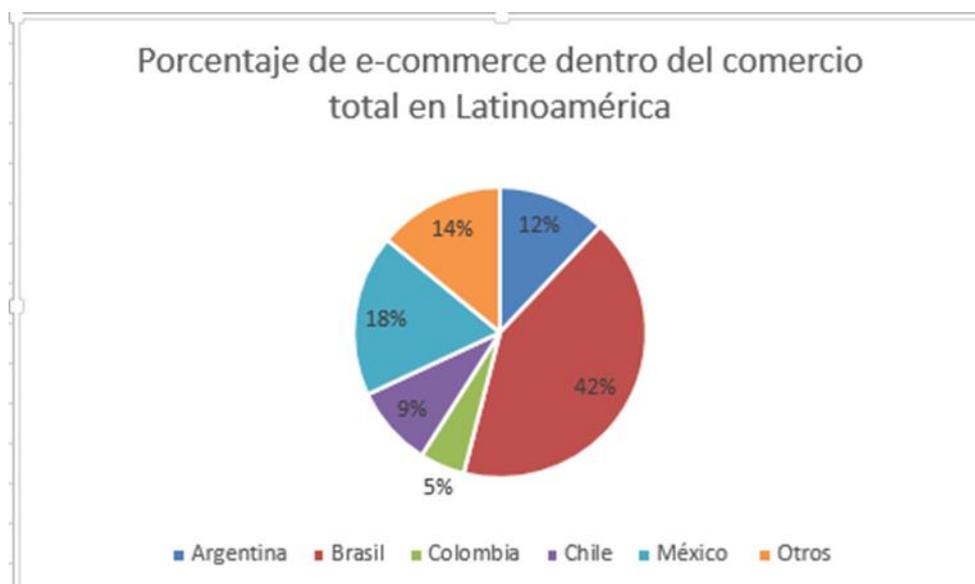


Fuente: Statista

Latinoamérica sigue siendo, junto con Asia, las dos zonas del planeta en donde mayor crecimiento ha habido del comercio electrónico, sin embargo el peso del sector en el global de la economía de la zona sigue siendo aún bajo, a pesar de que la previsión es de fuerte crecimiento en los próximos años, según la página web del Observatorio de e-commerce & transformación digital. A partir de los datos de la misma fuente, hace una década comenzó la expansión del comercio electrónico en Latinoamérica, actualmente a pesar de crecer por encima del 20% de la media en los dos últimos años, el porcentaje del e-commerce en el total de la economía no se considera tan representativo. Lo que prueba que las posibilidades de desarrollo del sector son inmensas.

Según el sitio web *Euromonitor International* se espera que el e-commerce en América Latina alcance los \$59.100 mil millones en el 2017.

**Gráfico No. 2 Porcentaje de e-commerce dentro del comercio total en Latinoamérica**



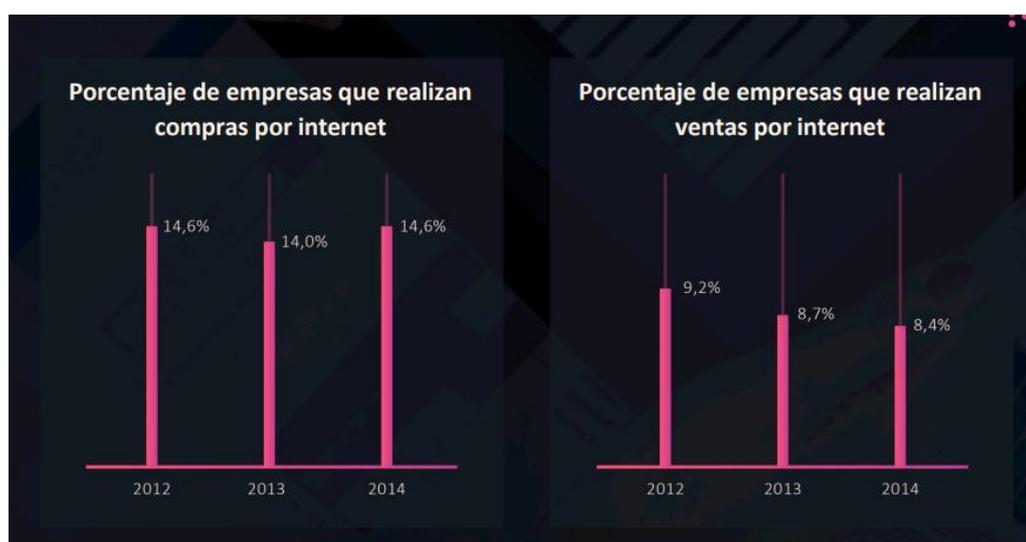
Fuente: Euromonitor International

Elaboración: Granda Estefanía; Mera Andrea

En Ecuador, según el último Módulo de Tecnologías de la Información y la Comunicación llevado a cabo por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, que tuvo por objetivo presentar los principales resultados sobre tecnologías de la información y comunicación (TIC), y que fueron obtenidos de las empresas de los

sectores de manufactura, minería, comercio y servicios, partiendo de las Encuestas Industriales 2012, 2013 y 2014, las transacciones comerciales llevadas a cabo electrónicamente por las empresas ecuatorianas, incrementaron de 2013 a 2014 en un 0,3%, pasando de 16,8% a 17,1%. Este es un estudio hecho a 3.777 ecuatorianos en total. De todas las empresas investigadas, el 8,4% de las mismas vendieron sus productos a través de la red, mientras el 14,6% hicieron alguna compra en línea. En 2013 estos valores fueron de 8,7% y 14%, respectivamente, por lo tanto si bien las ventas han tenido una reducción porcentual del 0,4%, las compras a través de la red experimentaron un aumento. En el año 2014, del total de compras hechas por las empresas investigadas, el 29,5% de las compras en promedio se llevaron a cabo por medio de la internet.

**Gráfico No. 3 Porcentajes de empresas ecuatorianas que negocian en internet**



Fuente: INEC

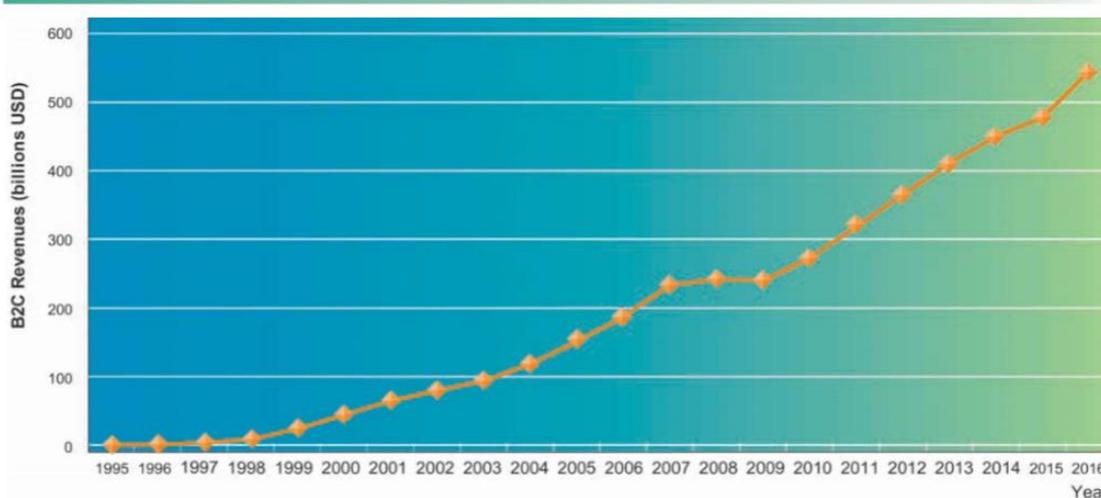
En 2015 el Comercio Electrónico en Ecuador representó aproximadamente 800 millones de dólares en transacciones, según la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, la misma que impulsa iniciativas como el eCommerce Day en Ecuador. El mismo es una iniciativa del eCommerce Institute llevada a cabo en 2008 en diferentes países de Latinoamérica, y “tiene como objetivo fomentar un espacio propicio en donde las empresas que hacen negocios por la internet puedan intercambiar experiencias y soluciones.” (Ecommerceday Ecuador ).

### 1.3 El Comercio electrónico y el modelo Business to Business o B2B

Gracias al surgimiento de la internet y las tecnologías de la información, el modo de operar de los negocios en general ha dado un giro, siendo el tema tecnológico crucial dentro de una organización en cuanto a sus estrategias y supervivencia en el mercado. Es así que ha surgido una nueva forma de hacer negocios basado principalmente en la comercialización de bienes y servicios por medios electrónicos. Inicialmente el término e-commerce o e-business lo acuñó IBM, empresa multinacional estadounidense de tecnología y consultoría, en el año 1997, refiriéndose al mismo como la vinculación de los sistemas de información transaccionales de una empresa con la internet o world wide web. Sin embargo, según los autores Kenneth C. Laudon y Jane P. Laudon, señalan en su libro Management Information Systems (Laudon y Laudon) que el comercio electrónico comenzó en 1995 cuando, Netscape.com, uno de los primeros portales de la internet popularizó la idea de que la Web podría usarse como un nuevo medio para la publicidad y las ventas. Después de 3 años del surgimiento del mismo, este ha crecido notablemente como se puede observar en el gráfico siguiente.

#### Gráfico No. 4 El crecimiento del E-commerce desde 1995 hasta 2016

FIGURE 10.1 THE GROWTH OF E-COMMERCE



Fuente: Kenneth C. Laudon y Jane P. Laudon, Management Information Systems

Con respecto al contexto nacional, con fecha 17 de abril del 2002 entró en vigencia la *Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos*, en la cual

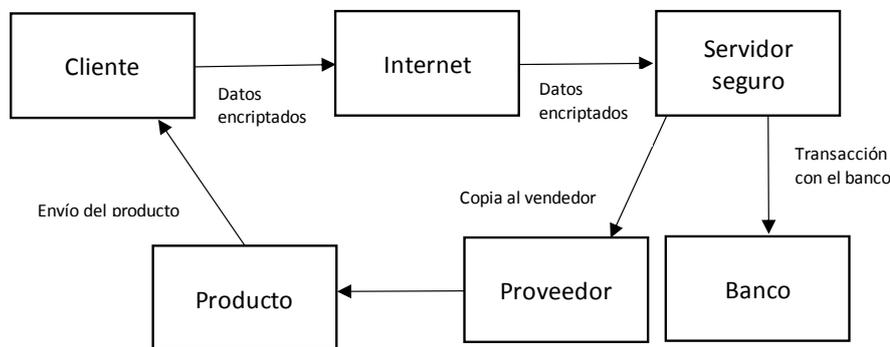
como se ha definido anteriormente, se hace referencia al comercio electrónico como toda transacción comercial realizada en parte o en su totalidad, a través de redes electrónicas de información.

Se ha creído conveniente señalar también la definición según el autor Daniel Cohen, en su libro *Sistemas de información para los negocios* (Cohen Karen y Asín Lares):

El comercio electrónico puede definirse como la aplicación de la tecnología para la automatización de las transacciones de negocios y de los flujos de trabajo (...). Enfatiza en generar y explotar nuevas oportunidades de negocio, ya que genera valor y permite hacer más con menos.

El siguiente gráfico tomado del libro del autor anteriormente señalado, resume el modelo típico de comercio electrónico.

#### Gráfico No. 5 Modelo típico de comercio electrónico



Fuente: Daniel Cohen, *Sistemas de información para los negocios*.

Elaborado por: Granda Estefanía; Mera Andrea

Por lo tanto, en este caso, la tecnología se convierte en el medio por el cual el vendedor y comprador mantienen contacto creando así un espacio virtual. Es relevante acotar que actualmente el modelo de comercio electrónico no se da únicamente a través del uso de una computadora, sino también mediante teléfonos inteligentes, tabletas como iPads, y demás dispositivos móviles que usan redes inalámbricas Wi-Fi. “El uso de dispositivos inalámbricos de mano para comprar bienes y servicios desde cualquier ubicación se denomina comercio móvil o m-commerce” (Laudon y Laudon).

Ahora bien, el comercio electrónico presenta una clasificación a partir de la naturaleza de los participantes, como son: de negocio a negocio (B2B, business to business), de negocio a consumidor (B2C, business to consumer), de consumidor a consumidor (C2C, consumer to consumer) y de consumidor a negocio (C2B, consumer to business).

Puesto que este trabajo de investigación se enfoca en el modelo de B2B, se procederá a estudiar únicamente el mismo, excepto en el caso de la explicación de la página web Amazon.

Según Laudon y Guercio en el libro *E-commerce 2013: Negocios, Tecnología y Sociedad*. (Kenneth y Guercio) Este modelo sucede cuando los negocios se enfocan en vender a otros negocios. Según el autor Daniel Cohen esta modalidad ha representado aproximadamente el 80% del comercio electrónico en los últimos años. “El uso de Internet para el comercio de empresa a empresa y la colaboración entre socios comerciales se expandió a más de \$ 4,1 billones” (Laudon y Laudon). Este último dato puede evidenciarse en el surgimiento y crecimiento de páginas web dedicadas al comercio electrónico como lo son Alibaba y Amazon que están marcando la diferencia no solamente a la hora de adquirir un producto o servicio, sino también a la forma de realizar comercio exterior, específicamente importaciones.

#### **1.4 Proceso de importación mediante el comercio electrónico a través de páginas B2B**

En primera instancia, no existe una fuente oficial del proceso de importación mediante el comercio electrónico, debido a que estas suceden a través de páginas web, las cuales reúnen a proveedores tanto fabricantes como comerciantes de diferentes productos y servicios que se manejan a través del comercio electrónico con sus propios métodos y procesos. Es por eso que se ha creído conveniente analizar dos de estas, considerándolas como las más utilizadas o con mayor renombre en la actualidad: Amazon y Alibaba.

Es importante señalar que se ha obviado los pasos previos para poder importar, explicados anteriormente, ya que se mantienen iguales, a menos que sea una importación que no necesita tener la licencia y registro en el Ecuapass, es decir, importaciones bajo el Régimen de Excepción cuyo valor en aduana no exceda del

límite que se establece en el Reglamento para los Regímenes de Excepción: “Tráfico Postal Internacional” y “Mensajería Acelerada o Courier” al cual se hará referencia más adelante.

## **Alibaba**

Con sede en Hangzhou Alibaba, es un consorcio chino dedicado al comercio electrónico en la Internet. Según la página web oficial del Grupo Alibaba, éste fue fundado en 1999 por dieciocho personas, cuyo líder era Jack Ma, un empresario chino. Los fundadores tenían en ese entonces presente que la internet era la herramienta adecuada para que las pequeñas empresas aprovechen y compitan de manera más efectiva en las economías domésticas y globales. Hoy en día Alibaba se ha convertido en un líder mundial en comercio móvil y en línea. La empresa se define como un motor de búsqueda B2B que conecta a compradores y proveedores en todo el mundo.

## **Modo de operar**

El primer paso para realizar una compra en línea en Alibaba es ingresar a la página web [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com) y crear un usuario y contraseña, para esto es necesario contar con una dirección de correo electrónico. Al hacer clic en la pestaña de Ayuda y Comunidad se despliega un cuadro con varias opciones de información para los nuevos usuarios de la página. Al hacer clic en comprador, aparece un cuadro de sucesión del proceso para realizar una compra y los detalles de cada etapa que se explicarán a continuación.

## **Gráfico No. 6 Sucesión del proceso para realizar una compra en Alibaba**



Fuente: [www.service.alibaba.com](http://www.service.alibaba.com)

Dentro del primer punto: Getting Started o Empezar (en español), se encuentra información respecto a la empresa Alibaba y un video informativo.

En el segundo punto Finding Product o Encontrar Productos se puntualizan tres formas de encontrar el producto que se requiere, estas son:

1. Ingresar el producto que se está buscando en la barra de búsqueda o navegar a través de las categorías.
2. Solicitar una cotización (RFQ) a través de la publicación de la misma para permitir que los proveedores se contacten, o se puede conseguir asistencia personalizada por medio de un agente de compras profesional.
3. Finalmente se puede realizar la búsqueda del producto requerido a través de la opción de mayorista, en donde a diferencia de una búsqueda normal, aquí se encuentran productos cuyas cantidades mínimas de pedido o compra (MOQ) son bajas.

El tercer paso es contactar a los proveedores seleccionados, Alibaba recomienda que éstos cuenten con las insignias que identifican a los proveedores verificados para que de esa forma se garantice la calidad y profesionalismo. Existen tres formas de ponerse en contacto con el vendedor:

1. Enviar una solicitud o consulta mediante la opción Contact Supplier.
2. Chatear en tiempo real a través de la aplicación TradeManager ofrecida por la página.
3. Contactar al proveedor a través de una llamada, fax, etc.

El cuarto punto consiste en realizar un pedido en o fuera de línea y el pago. Sin embargo, Alibaba recomienda realizar pedidos en línea ya que de esta forma, se puede rastrear el pedido y solicitar un reembolso en caso de una disputa. Se puede realizar un pedido en línea utilizando Trade Assurance, un servicio gratuito ofrecido por Alibaba, diseñado para crear confianza entre compradores y proveedores. Este sistema cubre el pedido desde el pago hasta la entrega, tomando en cuenta la calidad y la entrega a tiempo. Es decir, el usuario estará cubierto si: sus productos no se envían a tiempo conforme el contrato con su proveedor y si la calidad de los productos no cumple con los estándares según el contrato con su proveedor.

Existe también el sistema Secure Payment Services, el cual se traduce en pago seguro y consiste en retener los pagos de los compradores mientras se procesan los pedidos y una vez que tanto el comprador como el proveedor hayan verificado que la transacción está completa, el dinero se entrega al proveedor.

El siguiente paso es básicamente una sugerencia del sitio web B2B, en el cual se puede verificar la calidad de los productos solicitados mediante el Servicio de Inspección de Alibaba.com. Este servicio consiste en una visita por parte de una empresa inspectora a las instalaciones de fabricación o puertos en la China. Con este servicio, el comprador recibe informes con imágenes con el objetivo de garantizar la calidad.

El último paso consiste en el transporte y logística del pedido. Alibaba ofrece este servicio a través de la asociación con proveedores de logística que cubren envíos marítimos LCL (Less Than Container Load) y FCL (Full Container Load) en todo el mundo. Cabe mencionar en este punto que, dependiendo del término de negociación acordado con el proveedor, el transporte puede ser responsabilidad del vendedor o comprador. En caso de que exista algún inconveniente en el proceso, se puede dar a conocer el mismo a través de la página web, posteriormente Alibaba ofrecerá posibles soluciones.

### **Amazon**

Amazon.com, fue fundada por Jeffrey P. Bezos, empresario estadounidense, en julio de 1994, con sede en Seattle, Estados Unidos. Esta web se enfoca en las compras minoristas en línea en Norteamérica e internacionalmente, por lo que se clasifica en un modelo de comercio electrónico B2C. Según el perfil de la empresa en Yahoo! Finanzas, Amazon vende mercadería y contenido comprados para reventa por proveedores, así como también los ofrecidos por vendedores externos a través de sitios web minoristas. A diferencia de Alibaba, ésta proporciona servicios a cuatro grupos principales de clientes: consumidores, vendedores, empresas y creadores de contenido. Además, fabrica y vende dispositivos electrónicos para lectura llamados kindles y permite a comerciantes externos vender sus productos a través de la página web. Según la misma fuente, en el año 2016 tuvieron \$ 135, 987,000 de ingresos y una ganancia bruta de \$ 47, 722,000.

## **Modo de Operar**

Se ingresa a la página web [www.amazon.com](http://www.amazon.com) y después de crear una cuenta, es decir un usuario y contraseña con un email, se inicia la sesión y se procede a realizar la búsqueda del producto requerido, bien sea a través de las categorías proporcionadas o mediante la barra de búsqueda disponible. Para poder realizar una compra es necesario registrar datos personales como una tarjeta de crédito, dirección de entrega de los productos, email, etc. Una vez seleccionado el producto y la cantidad se añade al carrito de compras. Finalmente, se procede a realizar el pago con la tarjeta de crédito registrada dando clic en Proceed to Checkout. Según el tipo de envío seleccionado el paquete llegará a la dirección proporcionada en Estados Unidos o a una dirección internacional siempre y cuando el proveedor ofrezca este servicio. Es decir, a diferencia de Alibaba, Amazon no exporta todos los productos ofertados en su página web. Dado el modelo de negocio de Amazon, el comercio electrónico en este caso, se enfoca en compras sin fines comerciales. Sin embargo, si se quisiera importar grandes cantidades de cierto producto con el fin de venderlas, es necesario contactar al proveedor y consultar su capacidad de venta teniendo en cuenta que la mayoría son revendedores y no fabricantes. Además, se tendría que contactar a una empresa de transporte internacional y gestionar el envío al país de destino.

### **1.5 Importaciones mediante el comercio electrónico bajo regímenes de excepción.**

La empresa pública Correos del Ecuador en un comunicado oficial a través de su página web ha dado a conocer que de toda la paquetería que ingresa a Ecuador, el 69% proviene de China a través de importaciones realizadas mediante comercio electrónico. Es así que en la Resolución Nro. CDE-EP-CDE-EP-2017-0012-R de Correos del Ecuador, publicada el 15 de septiembre del año 2017 se expide una nueva tarifa “(...) por concepto de trámites Operativos de Nacionalización de toda la paquetería internacional relacionada con el comercio electrónico en materia postal en el rango de peso declarado de hasta 2.000 gr., por un valor de USD \$ 3.13 (Tres con 13/100 dólares de los Estados Unidos de América) sin Incluir IVA.” (Correos del Ecuador ).

Además, la empresa pública Correos del Ecuador ha implementado un nuevo sistema debido al incremento de las compras mediante comercio electrónico llamado Avisalo y explicado en la imagen siguiente:

**Gráfico No. 7 Sistema Avisalo de Correos del Ecuador**



Fuente: Correos del Ecuador

En ese sentido, con lo anterior se evidencia el crecimiento de las importaciones a través del comercio electrónico utilizando plataformas B2B. A continuación se analizarán los aspectos legales involucrados en este tipo de importaciones.

Dentro del Libro V del COPCI llamado de la competitividad sistémica y de la facilitación aduanera, se hace referencia a los regímenes de excepción, los cuales incluyen el Tráfico Postal y la Mensajería Acelerada o Courier, regímenes a través de

los cuales se han incrementado las compras internacionales en línea en las plataformas antes explicadas, por lo que se ha creído conveniente analizar la situación.

El Tráfico Postal, según el artículo 164 del COPCI en concordancia con el artículo 209 del Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera, es la importación o exportación a consumo de los envíos o paquetes postales cuyo valor en aduana no exceda del límite que se establece en el reglamento y se despacharán mediante formalidades simplificadas acorde a los procedimientos que determine el Servicio Nacional de Aduana. Conforme al Reglamento para los Regímenes de Excepción: “Tráfico Postal Internacional” y “Mensajería Acelerada o Courier”, en este régimen intervienen dos Operadores Públicos.

De acuerdo al artículo 165 del Código Orgánico en mención, en concordancia con el artículo 210 del Reglamento a su Libro V, Título II, la Mensajería Acelerada o Courier es la correspondencia, documentos y mercancías que cumplan con lo señalado en el reglamento dictado por la Directora o Director General del Servicio Nacional de Aduana y no excedan los límites previstos en el mismo, transportados por los llamados correos rápidos, se despacharán por la aduana mediante formalidades simplificadas. Conforme al Reglamento para los Regímenes de Excepción: “Tráfico Postal Internacional” y “Mensajería Acelerada o Courier”, en este régimen intervienen dos operadores privados o un operador público y otro privado.

Es decir, el objeto de los regímenes de excepción es despachar a los productos importados mediante formalidades simplificadas, siempre y cuando cumplan con los límites establecidos en cuanto a valor y peso. Por otra parte, la principal diferencia entre los dos regímenes indicados, es que el primero, Tráfico Postal, es desarrollado por la empresa pública Correos del Ecuador y el segundo, Mensajería Acelerada o Courier, por todas las demás empresas courier privadas debidamente autorizadas por el SENA, dedicadas a la consolidación y traslado de carga internacional por vía aérea.

Es conveniente señalar que, en estos dos casos específicos, según el Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del COPCI, concretamente el artículo 64, el declarante no es el importador sino el operador

público, o los operadores privados debidamente autorizados para operar bajo estos regímenes.

Ahora bien, las importaciones que excedan estos límites referidos anteriormente, los cuales varían dependiendo de la clasificación del producto (explicados posteriormente como categorías), se sujetarán a las normas aduaneras generales, es por esto que al tratarse de los regímenes de excepción, se debe tener presente que estos no están diseñados para mercancías importadas con finalidad comercial.

El Reglamento para los Regímenes de Excepción: “Tráfico Postal Internacional” y “Mensajería Acelerada o Courier” define a finalidad comercial como el propósito con fines lucrativos por su cantidad, o uso de todo artículo u objeto que ingresa al país a través de los regímenes de excepción de “Tráfico Postal Internacional y “Mensajería Acelerada o Courier”, destinado a un mismo consignatario o relacionados.

Se establecen sospechas de finalidad comercial, cuando existen factores tales como: la importación de mercancía en cantidades superiores a las necesarias para satisfacer el consumo exclusivamente personal, según el tipo de mercancía de que se trate, considerando para el efecto cada trámite o un conjunto de trámites; su presentación en forma idónea para el comercio; la presencia de mercancías idénticas en un trámite o en un conjunto de trámites, cuando se trate de mercancías que no se destruyan o inutilicen con su primer uso.

En ese sentido, queda claro según la ley que un comerciante ecuatoriano debe limitarse a importar mercancía con fines lucrativos, bajos los regímenes de excepción.

Es aquí en donde se cree pertinente señalar que frente a la necesidad de fortalecer el servicio de control aduanero, para combatir el contrabando y la defraudación, el SENA E ha implementado una nueva tasa por el servicio de control, misma que tiene una tarifa de diez (10) centavos de dólar, de acuerdo a la Resolución No. SENA E-SENA E-2017-0001-RE (M) publicada el 01 de noviembre del 2017, la cual se empezó a aplicar a todos los productos que ingresaron al país a partir del 13 de noviembre de 2017, con excepción para los regímenes aduaneros de excepción de “Tráfico Postal” y “Mensajería Acelerada” y los regímenes de Tránsito Aduanero y Transbordo, cuya

entrada en vigencia será el 15 de enero de 2018; según la Resolución No. SENAE-SENAE-2017-0004-RE (M), y con excepciones específicas con relación al pago de la tasa de diez (10) centavos, como por ejemplo el caso de las mercancías amparadas en el régimen aduanero de importación a consumo, con exoneración de tributos, como: efectos personales del viajero, ayudas técnicas, donaciones, envíos de socorro, entre otras exenciones, así como otros regímenes, que tendrán una tarifa cero (0) centavos de dólar.

Para efectos de aplicación de la Tasa de Servicio de Control Aduanero (TSCA), el cálculo será determinado sobre la base imponible constituida por el resultado de la multiplicación de USD 0,10 con la división del peso neto declarado por ítem (gr) para la unidad de control (gr).

## **1.6 Categorías de las mercancías para los regímenes de excepción**

Las importaciones realizadas a través de los regímenes de excepción “Tráfico Postal” o “Mensajería Acelerada o Courier” se clasifican en 6 diferentes categorías de acuerdo a lo señalado en el Título VII del Reglamento para los Regímenes de Excepción:

### **1. CATEGORÍA A – Documentos**

En donde se clasifican cartas, periódicos, fotografías, títulos, revistas, libros, etc., que no sean con finalidad comercial y que no sean de prohibida importación. Esta categoría está libre de impuestos y no requiere ningún documento de control previo a la importación, es decir, no requieren declaración aduanera alguna.

### **2. CATEGORÍA B – 4X4**

Bajo esta categoría se encuentran todos los paquetes que pesan hasta 4 kilogramos y valorados hasta USD\$400, y puede ser utilizado únicamente por personas naturales. El valor y peso de lo importado deben presentarse en forma simultánea. Esta categoría contempla un arancel específico de USD\$42 por importación, el consignatario puede ingresar paquetes de hasta 5 importaciones (4x4) o USD\$1200, lo que ocurra primero en el año fiscal. Es importante mencionar que el pago del arancel es únicamente para el régimen de mensajería acelerada o Courier, Tráfico Postal no paga dicho impuesto.

### **3. CATEGORIA C – 50 Kg \$2000 Aplica TSCA**

Dentro de esta categoría se clasifican los paquetes que pesan hasta 50 kilogramos y hasta USD \$2.000 que no entren en ninguna otra categoría. Las características de valor y peso deben presentarse en forma simultánea con excepción de las muestras sin valor comercial.

En cuanto a teléfonos celulares: sólo para personas naturales, podrán importar hasta una (1) unidad nueva por año fiscal. En el caso de que se trate de repuestos con carácter de urgente, se admitirá en esa categoría un peso no mayor a 200 kilogramos, siempre que su valor no supere los USD \$ 2,000.00.

La ley menciona que se exceptúa las limitaciones de valor y peso de las mercancías señaladas anteriormente cuando su número no exceda a 10 unidades, considerándose para estos efectos, como unidad, inclusive los juegos (sets o kits) conforme a las normas de clasificación arancelaria. Esta categoría si paga impuestos: Advalorem cuyo porcentaje dependerá del producto, Impuesto al valor agregado (IVA): 12% y FODINFA: 0.5%. El documento de control previo debe ser presentado únicamente para los productos que lo requieran.

### **4. CATEGORIA D – Prendas de vestir, textiles confeccionados y calzado. Aplica TSCA**

En este caso, serán clasificadas en la categoría D todos los paquetes con prendas de vestir, los demás artículos textiles confeccionados y calzado, que no están contemplados en la Categoría B, deberán obligatoriamente declararse en esta categoría, en cuanto al peso, este no puede excederse a los 20 kg, y el valor no puede sobrepasar los US\$ 2.000,00.

Esta categoría paga estos impuestos: Advalorem: 10%. Específico: \$5.5 por cada Kg. de ropa, en el caso de calzado \$6,00 por cada par de zapato. IVA: 12% y FODINFA: 0.5%.

Es importante señalar que en la primera importación de ropa y calzados de hasta \$500 en el año fiscal, no se necesitará documentos de control previo, siempre que sean importadas únicamente por personas naturales y sin finalidad comercial. Desde la

segunda importación en esta categoría dentro del año fiscal, si se requiere documentos de control previo tales como licencias INEN, MIPRO, etiquetado R13.

#### **5. CATEGORIA E – Medicinas**

En esta categoría se clasifican los paquetes sin fines comerciales que contengan medicina, equipos ortopédicos, órganos, tejidos y células; fluidos humanos y otros elementos requeridos para procesos médicos y quirúrgicos de emergencia; equipos y aparatos para personas con discapacidad, libre del pago de tributos justificando su necesidad, ya sea a través de la presentación de una receta médica.

La categoría E no contempla limitaciones de peso y valor, de igual manera no se exigirán documentos de control previo y según lo indicado en el Art. 125 del COPCI están exentos del pago de tributos al comercio exterior los siguientes productos: aparatos médicos, herramientas especiales y prótesis que utilicen las personas con discapacidades para su uso o las personas jurídicas encargadas de su protección. Así como: Fluidos, tejidos y órganos biológicos humanos, para procedimientos médicos a realizarse conforme la legislación aplicable para el efecto.

#### **6. CATEGORIA F – Libros y Equipos computación Aplica TSCA**

En esta categoría se encuentran libros o paquetes que contengan libros o similares. Finalmente, a continuación se presenta un cuadro de resumen de las categorías aplicadas a la mercancía importada bajo los regímenes de excepción y se especifica en cuales aplica la TSCA:

**Gráfico No. 8 Categorías de Tráfico Postal y Mensajería Acelerada**

TRÁFICO POSTAL Y MENSAJERÍA ACELERADA O COURIER		
Categorías	Descripción	Impuestos
A	Correspondencia como documentos, cartas, periódicos, fotografías, etc.	Libre de tributos
B	Hasta 5 importaciones o \$1.200 por destinatario (Al año)	Arancel: \$42 por importación
	Hasta 12 importaciones o \$2.400 por remitente migrante(Al año)	Libre de tributos
	Registro de Migrante: www.consuladovirtual.gob.ec	
C	Paquetes de hasta 50 kg y \$2.000 <b>Requiere Documento de Control Previo de acuerdo al producto, excepto INEN</b>	Arancel: Depende del Producto IVA: 12% Fodinfra: 0,5%
D	Prendas de vestir, textiles confeccionados y Calzado hasta 20 Kg y \$2.000 (Requieren INEN, excepto la primera vez al año con un monto de hasta \$500)	Textiles: 10% ADV + US\$5,5 x Kg Calzado: 10% ADV + US\$6 x par IVA: 12% Fodinfra: 0,5%
E	Medicinas (Con receta médica)	Fodinfra: 0,5%
	Equipos ortopédicos, órganos y tejidos, etc. sin fines comerciales	Libre de tributos Artículo 125 COPCI
F	Libros de lectura	Fodinfra: 0,5%

Aplica TSCA

Aplica TSCA

Aplica TSCA

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

## **Conclusión al Capítulo 1**

Recordando que el objetivo principal de esta investigación es realizar un análisis comparativo con enfoque en el ámbito operacional y legal entre el modelo de importación tradicional y el modelo de importación B2B a través del comercio electrónico, con este primer capítulo se ha logrado saber qué es una importación, la definición, su proceso y el estado general de las importaciones en el Ecuador, qué es el comercio electrónico y el modelo B2B, qué son las importación mediante este tipo de comercio y el estado actual de las mismas en el contexto nacional. Además se ha creído conveniente analizar las importaciones mediante comercio electrónico bajo los Regímenes de Excepción dado el actual crecimiento de las mismas en el país y las decisiones tomadas por parte de los entes de control involucrados tales como la empresa pública Correos del Ecuador y el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

## **CAPÍTULO 2 ANÁLISIS COMPARATIVO**

### **Introducción al Capítulo 2**

En este capítulo se decidió realizar entrevistas a distintas empresas e instituciones tanto públicas como privadas, también se obtuvo una perspectiva académica para determinar distintos factores operativos y legales. Por un lado, se entrevistaron a representantes de tres empresas: Colineal, Marcimex y Labahia.ec, además llevamos a cabo entrevistas en la Cámara de Comercio de Cuenca y en la Dirección Distrital de la Aduana de esta ciudad, así como en Correos del Ecuador y en la empresa de Courier DHL. Asimismo, se consideró necesario contar con la opinión académica del profesor de comercio exterior, e ingeniero comercial Antonio Torres. El objetivo de estas entrevistas fue recopilar información acerca del tipo de importaciones que comúnmente llevan a cabo las empresas locales y los problemas y ventajas que esto les genera, por otro lado, se realizó un análisis legal y operativo relacionado a los dos tipos de importaciones tratadas en esta tesis, para poder determinar puntos que definan a cada una. Se hace referencia también en este capítulo a la opinión que les merece a los distintos actores y entidades la tasa aduanera, mencionada previamente en el primer capítulo.

## **2.1 Análisis de las entrevistas realizadas (Entrevistas adjuntas en anexos)**

### **2.1.1 Análisis de la entrevista al Ing. Comercial Antonio Torres, actual profesor universitario y operador de comercio exterior.**

El Ingeniero nos dio a conocer que antes del proceso de una importación tradicional o importación a través de comercio electrónico, debe surgir la necesidad de importación de un producto o mercancía determinada.

Después de que surge esta necesidad, en las importaciones tradicionales, se genera una orden de pedido al proveedor, después se genera una orden de embarque, según las características con las que el importador quiere que la mercancía sea traída al país. Dependiendo de qué tipo de productos se vayan a importar se tienen que pedir permisos previos<sup>12</sup> y una vez con estos en el país, uno puede proceder a tramitar los permisos internos como son los fitosanitarios. A partir de esto, la mercancía puede proceder a ser embarcada, para esto hay que conseguir una fecha en la que haya cupo en una compañía naviera, el primer semestre del año será más fácil conseguir un cupo, mientras que en el segundo se complica más por la Navidad y festividades de año nuevo. Para que se lleven a cabo los trámites con la compañía naviera, debe haber una persona llamada forwards o agentes<sup>13</sup>, que son capaces de conseguir cupos con las distintas navieras. Hay que tomar en cuenta que se debe tratar de empatar la producción de las mercancías a importar, con el cupo que se tiene en la naviera, el momento en que termina la producción es el ideal, con el que debe coincidir el cupo que se tiene en la naviera. Sin embargo, en la entrevista, el ingeniero Torres también mencionó que generalmente los proveedores Chinos son bastante incumplidos en cuanto a las fechas de entrega de los productos, por lo que hay que tomar en cuenta esto debido a que, según datos de Trademap, en 2016 alrededor del 20% de los productos importados por Ecuador, provenían de China.

---

<sup>12</sup> En la página [www.gob.mx](http://www.gob.mx), página web oficial del Gobierno de México, se define como la licencia o autorización que no es parte de las regulaciones arancelarias de las mercancías, para que los operadores de comercio exterior puedan importar o exportar legalmente mercancías que están sujetas a dicho requisito

<sup>13</sup> Esto sería en el Ecuador lo equivalente a un Agente de Carga de Exportaciones, que según el artículo 2 del Reglamento al Libro V, Título II del COPCI, es la persona jurídica autorizada por el SENA, que puede prestar servicios de manejo de carga, agrupación de mercancías y presentación de la Declaración Aduanera, en lo que se refiere a las exportaciones.

A la hora de buscar a los proveedores el ingeniero Antonio Torres afirma que este proceso se lleva a cabo usualmente haciendo una búsqueda del producto en la web, posteriormente se ingresa a las distintas páginas que ofrecen los productos. Una vez en la página, hay que buscar el lugar en donde diga “Haga negocio con nosotros” o “Contáctenos”, de esa forma una vez en contacto con el encargado de ventas del sitio en cuestión, se pueden empezar los trámites de negociación. Cabe recalcar que esto ya se considera como comercio electrónico, a pesar de que no constituya la operación de importación en su totalidad.

Después de haber contactado al proveedor, se tiene que pedir que envíen muestras de los productos que el importador necesita. Inicialmente estos proveedores enviarán muestrarios digitales, sin embargo, si se llega a una segunda etapa de negociación, sí es posible que estos hagan el envío de muestras físicas. Con las muestras se puede discutir cualquier característica del producto, cualquier cambio que se tenga que hacer. Generalmente los envíos de muestras son gratis, corren por cuenta del proveedor. En este punto también existe un gran problema con los proveedores chinos, según el Ingeniero Antonio Torres, ya que suele pasar que después de que ellos hayan hecho el envío de las muestras y el importador haya aceptado el producto con las características de la muestra, en el momento del envío de la mercancía, pueden ser productos totalmente diferentes a los de la muestra. Este es un problema que también pasa muy a menudo en las importaciones mediante comercio electrónico, debido a que el importador debe confiar en las características con las que el producto es descrito en la página web que lo ofrece y estas, en numerosas ocasiones, no son compatibles con la realidad. Es por eso que hay que fijarse en los comentarios que hacen los usuarios en la página acerca del producto que uno desea importar.

En cuanto a la forma de pago que se utiliza comúnmente en las importaciones tradicionales, está la emisión de una carta de crédito<sup>14</sup>, que se expide después de hacer la orden de compra. La carta de crédito debe ser anticipada antes del arribo de la mercancía al país.

---

<sup>14</sup> Según la página de grupo financiero BBVA Bancomer, [www.bancomer.com](http://www.bancomer.com), es el medio de pago por el cual, un Banco se obliga a pagar a un proveedor, por cuenta de un cliente, una determinada suma de dinero dentro de un plazo definido, directamente o través de un Banco Corresponsal y contra la entrega de documentos previamente definidos, los cuales dan fe de la venta de un bien o servicio prestado.

En cuanto a las importaciones mediante e-commerce, el Ingeniero Antonio Torres estableció ciertas ventajas y desventajas del mismo:

#### Desventajas

- El producto que uno compra en la página, y posteriormente recibe, es diferente a lo que en la página se muestra del mismo, tiene distintas características.
- Ciertos proveedores no ofrecen garantías. Por ejemplo Amazon es una página que no se responsabiliza sobre los productos que vende, simplemente es un facilitador logístico.
- No es aconsejable importar mediante este medio, máquinas demasiado grandes o complejas.
- Se necesitan técnicos especializados para la instalación de máquinas complejas. El proveedor manda un técnico especializado en la instalación y ensamblaje de la máquina, asegurando así que la misma funcione, además que para el mismo esto constituye un requisito básico para poder ofrecer una garantía. Después de que el técnico enviado firme una autorización de funcionamiento de la máquina en el país de destino, corre la garantía; cabe recalcar que el pago que se le hace al técnico por sus servicios, corre por cuenta del importador.
- El e-commerce aún no reemplaza el 100% de la gama de productos que se pueden encontrar en tiendas físicas. Este tipo de comercio sí es confiable para una gama de productos, en los cuales no se exige mucha garantía o no se exigen devoluciones.

#### Ventajas

- En páginas como Alibaba o Bestbuy los proveedores del producto suelen ofrecer garantía sobre el mismo
- El e-commerce funciona bastante bien en plataformas de supply chain management con empresas de aprovisionamiento de repuestos por ejemplo. Cuando el stock de estos repuestos llega a un punto mínimo, automáticamente se hace el pedido de los repuestos a la matriz; por eso son plataformas internas de cada empresa, a menos que se recurra a plataformas internacionales.

- El e-commerce ahorra cientos de miles de dólares por las ventajas logísticas que este brinda, las facilidades de envío, de pago y de búsqueda de proveedores.

### **2.1.2 Análisis de la entrevista al Dr. Jaime Moreno, Director Legal de la Cámara de Comercio de Cuenca y al Ing. Diego Farfán, encargado del departamento de sistemas de la referida Cámara.**

La Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos indica que cualquier actividad que utilice algún soporte electrónico o en su totalidad haga uso del mismo, ya constituye comercio electrónico. Entonces, haciendo una interpretación amplia, el hecho que se utilice el correo electrónico para establecer contacto o que se busque en google un producto, ya implica que se está haciendo uso de este tipo de comercio. Sin embargo, las normas directrices que existen en el país, desde una perspectiva de la Cámara de Comercio de Cuenca, están complicando mucho la actividad, por ejemplo el impuesto a la salida de divisas, ya que este al final logra que se encarezca el producto. De la misma manera, existen muchas regulaciones técnicas al momento de desaduanizar cualquier mercancía.

Concretamente en Cuenca sí se utiliza el comercio electrónico, pero de acuerdo con el Dr. Moreno, hace falta trabajar en la seguridad en cuanto a este tipo de comercio. En nuestra ciudad hay algunas empresas que innovan y van a la vanguardia, como las plataformas de pago del tipo de Paypal o las plataformas de comercio como Compras.ec.; sin embargo, hace falta educar a la gente en cuanto a este tema, ya que se han presentado problemas de: suplantación de identidad, de estafa, entre otros, por medio de redes electrónicas, por lo que se hace necesario aprender la manera correcta de hacer comercio electrónico formal y segura.

En cuanto a la falta de regulación sobre el comercio electrónico en el Ecuador, el Director del departamento legal de la Cámara de Comercio afirma que quienes están en el sector privado, tiene como máxima la siguiente premisa: “Todo lo que no esté prohibido, está permitido”. Significando esto que en el sector privado se tiene la capacidad de llevar a cabo muchas actividades, sin necesidad de muchas regulaciones. Las normas que existen son básicas, siendo preciso recordar que la Ley de Comercio

Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, tomó el modelo de la UNCITRAL (por sus siglas en inglés) United Nations Commission for the Unification of International Trade mencionado en el primer capítulo, la cual es una guía bastante antigua.

En torno a la Cámara de Comercio Electrónico ecuatoriana, el Dr. Moreno, opinó que esta es una buena iniciativa, sin embargo es bastante incipiente, le falta alcanzar un mayor grado de madurez para que pueda funcionar bien. Esta Cámara cuenta con una página web, cuya dirección es <http://www.cece.ec>, según la misma, sus objetivos son: organizar el eCommerce DAY en Ecuador y llevar a cabo estudios de comportamiento de compras en internet, sin embargo menciona como proyectos a futuro dar capacitación en programas de comercio, otorgar certificaciones en comercio electrónico, entre otros. El eCommerce DAY es una iniciativa de eCommerce Institute<sup>15</sup> que se realiza desde el año 2008 en diferentes países de la región latinoamericana y tiene como objetivo promover un ambiente donde las empresas dedicadas a los negocios por Internet puedan intercambiar experiencias y soluciones, creando también un canal de colaboración para quienes estén interesados en ingresar a este mercado, de acuerdo con la información publicada en la página web del evento <http://www.ecommerceday.ec>. En esta iniciativa la Cámara de Comercio Electrónico ecuatoriana ha tenido participación en los últimos años, no obstante esta debe seguir desarrollándose para conseguir resultados más óptimos.

Se destaca en la entrevista que el comercio electrónico no afecta en gran medida al comercio tradicional, en tiendas físicas, sin embargo el problema de este tipo de comercio es que puede dar lugar al comercio informal<sup>16</sup> y con esto se hace referencia principalmente al contrabando<sup>17</sup>. De acuerdo con el Dr. Moreno, los costos de las importaciones y la inseguridad jurídica que se tiene, son la causa de optar por este tipo

---

<sup>15</sup> El eCommerce Institute es una organización sin fines de lucro de carácter regional que desarrolla y apoya la Economía Digital en los diferentes países de Latinoamérica con el objetivo de promover iniciativas que consoliden e impulsen el mundo de los negocios por Internet.

<sup>16</sup> Es todo tipo de comercio que un individuo realice fuera de las estructuras formales del Estado, evadiendo el pago de impuestos y las demás formalidades jurídicas.

<sup>17</sup> Según el artículo 301 del COIP, es cuando una persona tiene el objetivo de evadir el control y vigilancia aduanera, sobre mercancías cuya cuantía sea igual o superior a diez salarios básicos unificados del trabajador en general, llevando a cabo distintos actos (8), que le pueden traer como consecuencia, tanto penas pecuniarias de hasta tres veces el valor en aduana de las mercancías, como penas privativas de la libertad, de tres a cinco años.

de comercio, debido a que los costos en el Ecuador no son competitivos y la gente prefiere ahorrar. Se ha visto en los últimos años, que por ejemplo, en la frontera norte y sur de nuestro país, la gente va a comprar distintos artículos como: útiles escolares, computadoras, llantas, entre otros.

En cuanto a las plataformas que utilizan más los socios de la Cámara de Comercio de Cuenca para hacer transacciones por comercio electrónico, el Ing. Diego Farfán mencionó que la red social Facebook es la más utilizada para realizar compras y ventas a través de la web, debido a su nivel de disponibilidad. Se mencionó también a Alibaba y Aliexpress, que son utilizadas por algunos socios, sin embargo la mayoría de estos ya tiene proveedores definidos. El Ing. Diego Farfán afirma que existen pocos importadores directos, generalmente los socios compran sus productos a un importador para venderlos después, ya que existe mucho desconocimiento en cuanto a las ventajas que puede prestar el e-commerce. Existen bastantes limitaciones al comercio electrónico en el Ecuador, hay demasiados controles y pocos incentivos, por ejemplo en Estados Unidos cuando se hacen ventas por internet, no se pagan impuestos como el IVA, por eso es que ese tipo de comercio es tan difundido en dicho país. A parte de los incentivos, que deberían venir por parte del sector público, el sector privado no presta mucho apoyo en el ámbito financiero, de acuerdo con el ingeniero Farfán. La gente cuando compra por internet tiene que tener un medio de pago y conseguir que se instale un botón de pago en una página de internet, lo cual es demasiado costoso, incluso para los negocios grandes.

En lo relacionado a la parte operacional del comercio electrónico, ellos opinan que los negocios no están preparados aquí en el país para atender a clientes electrónicos, no se cuenta con la logística necesaria para la entrega del producto ni para el manejo del producto. Hay que mejorar los temas de servicio al cliente, facturación electrónica, desarrollo de páginas, logística, y la Cámara de Comercio está empezando a ser un soporte en cuanto a esto.

### **2.1.3 Análisis de la entrevista al gerente nacional de compras de Marcimex, Ing. Juan Francisco Vanegas**

El 100% de importaciones de Marcimex son directas, es decir se le compra directamente al fabricante, usualmente de China, Corea y Japón. Todo es manejado netamente con el proveedor, las importaciones, los permisos de importación, la nacionalización.

En cuanto a la forma en la que buscan sus proveedores, mencionó tres alternativas:

- La primera es visitando las distintas ferias internacionales, en este caso en China, en la ciudad de Cantón, que es una de las ferias más grandes, esta se hace por lo general en el mes de octubre o fines de abril, ahí están todos los expositores a nivel mundial y sobretodo productores chinos.
- La segunda alternativa de búsqueda de proveedores es a través de los manifiestos de importaciones del Ecuador. Por ejemplo si se necesita una caja musical, buscan a través de los manifiestos aduaneros de carga<sup>18</sup> quienes han importado cajas musicales y de esa manera puedo identificar quien ha sido el proveedor de los mismos. Posteriormente hay que ponerse en contacto con el proveedor.
- La tercera alternativa son las plataformas pagadas, como el caso de “Ariba”, que son plataformas de búsqueda de proveedores, en donde simplemente se busca el producto que se necesita, según sus características, y ahí se pueden ver todos los proveedores a nivel mundial del mismo, siempre y cuando estos hayan pagado para constar en esta lista. Es una plataforma pagada con la que uno siempre puede tener la seguridad de que los proveedores sean de confianza y que entreguen productos de calidad.

En cuanto a la posibilidad de que Marcimex pueda optar eventualmente por importar productos a través de una plataforma virtual directamente, afirmó que no es algo que

---

<sup>18</sup> Según el artículo 2 del COPCI, es un documento físico o electrónico que contiene información respecto del medio de transporte, número de bultos e identificación genérica de lo que comprende la carga. Este documento debe ser presentado por todo transportista internacional o su operador de transporte cuando se entra o sale del país a la Aduana.

se pueda saber con certeza, ya que depende de qué tipo de productos. En el caso de Marcimex, importan productos de determinadas marcas, como son: LG, Samsung, Sony, Panasonic, y por lo mismo ellos acuden directamente donde el productor, no a un intermediario, porque son marcas que ya están desarrolladas. Él opina que si fuese un negocio más pequeño, no de la magnitud de Marcimex, podría ser una opción para ellos, sin embargo, actualmente no lo es, porque los productos que importan son grandes y complejos.

En cuanto a los problemas recurrentes que Marcimex tiene como empresa al hacer las importaciones tradicionales, el ingeniero mencionó que el principal problema es de los tiempos de producción en China. Dicho país tiene una sobre demanda porque todo el planeta le compra, entonces los cupos de producción son bastante disputados entre los compradores. El proveedor chino, por sí, no es muy cumplido en su producción, entonces las fechas de embarque y de entrega de los productos generan un gran inconveniente.

El segundo problema es el hecho de que el Ecuador tiene una normativa de importación muy compleja, entonces para poder traer un producto, este tiene que pasar pruebas y los productos deben cumplir con cierta normativa específica, lo cual obstaculiza el proceso de importación.

Por otro lado, está el tema del aumento de aranceles, que a fin de cuentas no afecta al importador como tal, sino al cliente final, que es quien termina pagando.

#### **2.1.4 Análisis de la entrevista a la Srta. Elisa Rizzo, encargada de ventas de La bahía.ec**

Entrevistamos a la encargada de Cuenca de La bahía.ec, una página web que vende productos importados desde China, a través de comercio electrónico. Ella nos comentó que a pesar de que se cree que el comercio electrónico en importaciones es de cierta forma fácil, hay que tener en cuenta que en ese giro de negocio actualmente existe mucha competencia, ya que los principales competidores son empresas grandes como Coral Hipermercados o Importadora Vásquez. Otro punto que nos dio a conocer es que hay ocasiones que la mercancía llega en un 25% mal o no conforme a la orden de

compra generada en línea, por lo tanto, se corre ese riesgo al no ir presencialmente a chequear la misma. Nos comentó también que existe facilidad de comunicación con los proveedores por medios electrónicos como: email o Skype.

### **2.1.5 Análisis de la entrevista a la Ing. Cristina Córdova, encargada de las importaciones de decoración a nivel nacional en la empresa Colineal.**

Colineal lleva en el mercado un poco más de 40 años, la empresa se dedica a la fabricación de muebles y también importación de muebles y accesorios de decoración. Entre los productos importados se encuentran espejos, lámparas, figuras, cuadros, relojes, cojines, y artículos de cocina y de dormitorio, todo esto tiene una diversidad de proveedores. Estos últimos tienen ya un historial con la empresa y mantienen relaciones comerciales desde un inicio, por lo que no es necesario visitar a los mismos, sino se utilizan medios electrónicos tales como: email, WhatsApp, Dropbox y redes sociales, lo que le facilita la comunicación en tiempo real, lo que les permite tomar las decisiones de manera rápida y generar la orden de compra. En caso de necesitar nuevos proveedores, la empresa lo hace a través de ferias en el exterior y también en caso de productos específicos lo realizan mediante Alibaba, dado el tamaño del mercado chino. Sin embargo, por motivos de confidencialidad, la empresa no ha realizado la compra en ésta plataforma, sino únicamente luego de haber encontrado el proveedor se contactan de manera interna; teniendo en cuenta que Alibaba es una página de acceso público mundial, Colineal debe asegurarse quién es el proveedor, de dónde es, su razón social, su producción y quiénes han sido sus clientes. A pesar de esto, no descartan algún día realizar todo el proceso dentro de la plataforma, ya que están dispuestos a adaptarse a la evolución tecnológica, es decir, al cambio y al avance de los procesos que esta conlleva. En cuanto a la mercancía adquirida utilizando la información de la plataforma, la empresa no ha tenido problemas, ésta ha llegado conforme al pedido, en buen estado y de buena calidad.

Las ventajas que les ha proporcionado utilizar herramientas electrónicas para una importación son principalmente operativas: la comunicación rápida y a tiempo real con los proveedores, la agilidad de la negociación y con el uso de plataformas B2B se obtiene un amplio portafolio de proveedores. Sin embargo, hay que tener presente la confidencialidad del proceso al usar plataformas de comercio electrónico, dada la

competitividad del mercado local, por lo que se debe manejar la información con cuidado, con el objetivo de asegurar la inversión que la empresa está realizando, ya que no es conveniente que la competencia sepa qué, dónde y cómo se está comprando.

### **2.1.6 Análisis de la entrevista al Ing. Carlos Brussil, técnico operador de aforo de la Dirección Distrital de Cuenca del SENA E.**

En cuanto a la regulación de los tributos a las importaciones mediante comercio electrónico al realizar una compra internacional mediante plataformas B2B, el Ing. Brussil hizo referencia a las que se presentan bajo el Régimen de Excepción o Régimen 91, en éstas los trámites son simplificados y las declaraciones aduaneras son generadas directamente por el Courier. Al realizar una compra en una tienda o plataforma internacional, una vez añadidos los productos seleccionados al carrito, se registran los datos personales y se realiza el pago, ahí se genera el primer impuesto a pagar que es el 5% del impuesto a la salida de divisas, el cual en comercio electrónico, se le carga directamente a la tarjeta de crédito ingresada a la página web o plataforma utilizada. Dentro de los datos ingresados, se debe poner una dirección box del Courier de su preferencia, sea éste Correos del Ecuador, Transky, FedEx, DHL, y demás autorizados por la Aduana. Dependiendo de la compañía, van a tener acuerdos con diferentes aerolíneas y también pueden o no cobrar por casillero. Una vez consolidada la carga, ésta llega a los aeropuertos, ya sea de Quito o Guayaquil. Si son compras 4x4 éstas son 4 kilos y \$400 dólares, no pagan impuestos, pero pagan una tasa de cuarenta y dos dólares y tienen ciertas limitaciones, como máximo cinco envíos al año y dos mil dólares. Si el paquete no paga impuestos, el Courier en este caso, genera la Declaración Aduanera Simplificada y de eso sale el canal de aforo, mismo que puede ser automático, físico o documental y se libera la carga.

En el caso de los paquetes que si pagan impuestos, se clasifican en las demás categorías (expuestas en el primer capítulo de este trabajo), cuyos impuestos dependen del tipo de producto, por ejemplo, si es que es una laptop, ésta entra en la categoría F, el funcionario del Courier realiza la declaración aduanera y la Aduana revisa el trámite y se generan los impuestos respectivos en base a la subpartida arancelaria, así como las restricciones y prohibiciones. En el caso de las computadoras, éstas pagan: advalorem, IVA, Fodinfra, por lo que se debe realizar el cálculo respectivo. Para obtener la base

imponible, se debe tomar en cuenta el valor de la factura, más el flete y el seguro, si no hay valor del flete, para Courier es \$1.5 por cada kilo, esa regla se aplica en una sala de arribo internacional, cuando no hay costos presuntivos. En cuanto al seguro, éste es el resultado de la suma del valor de la transacción más el flete, multiplicado por el 1%. Una vez obtenida la base imponible se procede al cálculo de los tributos. La suma de: la base imponible, más el advalorem, y el Fodinfra, por el 12% del IVA, es lo corresponde a los tributos, y finalmente se genera dicho valor en una Liquidación Aduanera<sup>19</sup>.

La determinación de la Aduana de que una persona está importando a través de Regímenes de Excepción con fines comerciales, es un tema que depende del funcionario que realiza el aforo, por lo tanto es un tema subjetivo. En caso que se determine que el paquete tiene fines comerciales, se reclasifica el mismo y se chequea la partida arancelaria del producto, al igual que las restricciones o prohibiciones, por tanto aplica el cálculo de tributos y se deberán pagar los impuestos. La Aduana verifica también el valor de la mercancía<sup>20</sup>, la cual debe estar acorde a lo declarado y en base a ello, se calculan los tributos, en caso de no corresponder, se inicia el proceso de Duda Razonable<sup>21</sup> y se dan cinco días para que el usuario justifique el valor.

Cuando una persona sin RUC, ni licencia de importador, realiza una compra internacional mediante plataformas de comercio electrónico y su mercancía requiere aquellos permisos para la correcta nacionalización, situación muy común hoy en día, la carga llega a los depósitos de turno<sup>22</sup> en Quito o Guayaquil, los cuales funcionan

---

<sup>19</sup> Es el pago de los tributos al comercio exterior correspondientes (en este caso a una importación) a través de las instituciones del Sistema Financiero Nacional o con tarjeta de crédito y débito VISA y MASTERCARD. Este pago, se realiza una vez presentada la DAI (Declaración aduanera de Importación) y haya sido notificada su aceptación y autorización por parte del SENA, para proceder con el pago de dichos tributos, en el plazo establecido según el caso de acuerdo al artículo 116 del COPCI.

<sup>20</sup> Según el Art. 79 literal c del Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del COPCI, el valor en Aduana de las mercancías importadas será determinado según las normas del Acuerdo sobre valoración de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y las disposiciones de carácter nacional y supranacional que rijan la valoración aduanera.

<sup>21</sup> De acuerdo al Manual Específico para la Valoración Aduanera de Mercancías emitido por el SENA en el año 2013, duda razonable son los motivos expuestos y fundamentados por la administración aduanera para dudar de la documentación o información, ya sea en relación a la veracidad, exactitud o integridad del valor declarado por el operador de comercio exterior u otra circunstancia, en relación a la importación de las mercancías y en aplicación al acuerdo del valor de la OMC y normas complementarias.

<sup>22</sup> Según el Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del COPCI, es el servicio aduanero prestado directamente por la Autoridad Aduanera o por terceros autorizados

todo el año. El importador o comprador tiene treinta días para regularizar, desde la fecha que entró al depósito, sino la mercancía cae en abandono tácito. Hay que recordar que en el caso de Courier, se permite importar hasta dos mil dólares y hasta 50 kl y si sobrepasa uno de estos límites ya no se puede nacionalizar por Régimen de Excepción, se convierte en carga normal y se debe declarar bajo el Régimen 10, a Consumo.

Finalmente, el Ing. Brussil recomienda verificar que la tienda utilizada esté legalmente constituida, que sea una empresa seria, que maneje un idioma conocido, es decir, que sea confiable, para evitar inconvenientes tales como el reembarque, ya que el desconocimiento no exime de responsabilidades<sup>23</sup>.

### **2.1.7 Análisis de la entrevista a la Ing. Nuria Maldonado, Directora Regional de Correos del Ecuador CDE E.P.**

A partir de la entrevista realizada a la Ing. Maldonado se obtuvo la información de que las compras mediante comercio electrónico en el año 2017 se han incrementado en un 365% con relación al año 2016 y que la mayoría de éstas provienen de China y Singapur.

Correos del Ecuador trae los envíos provenientes de cualquier parte del mundo adquiridos a través de comercio electrónico que lleguen al Ecuador y que tenga convenio con la Unión Postal Universal<sup>24</sup>, la mayoría son procedentes de plataformas como Wish o Alibaba, que vienen obligatoriamente por Correos del Ecuador, ya que no existe la opción de elegir el Courier. El correo postal debe ser utilizado en teoría, únicamente para fines personales; sin embargo, en la práctica, existen paquetes con fines comerciales, lo que ha provocado un gran ingreso de paquetes en comparación con el año 2016, ya que se han sextuplicado. La Aduana es la institución la cual

---

de dicho servicio, destinado para aquellas mercancías que no puedan ser cargadas o descargadas directamente hacia o desde el medio de transporte que las llevará a su destino final, o cuyo retiro o levante, de acuerdo con la modalidad de despacho, requieran otras operaciones aduaneras. El importador o exportador podrá señalar a qué depósito temporal ingresarán sus cargas, conforme a las normas que para el efecto dicte el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Por ejemplo: Frioexport y Emsa en Quito.

<sup>23</sup> Es un principio de Derecho que señala que el desconocimiento o ignorancia de la ley no sirve de excusa, ya que rige la necesaria presunción de que, habiendo sido promulgada, han de saberla todos.

<sup>24</sup> Organismo internacional intergubernamental de la familia de las Naciones Unidas, especializado en servicios postales, del cual Ecuador es miembro.

determina si los paquetes tienen finalidad comercial o no y realiza la clasificación de los mismos. Dado el desbordamiento de Correos del Ecuador, desde el primero de octubre del año 2017 se estableció el cobro de tres dólares con cincuenta y un centavos por cada paquete recibido de comercio electrónico, con el fin de ayudar al proceso operativo (trámites de desaduanización).<sup>25</sup> Dentro del sistema 4x4 (no más de cuatro kilos ni cuatrocientos dólares) hay paquetes que pueden pesar quinientos gramos y costar no más de ocho dólares, pero contienen quinientos chips de computadoras, entonces, por sentido común se presume que tiene fines comerciales. Ese tipo de casos ocasionan inconvenientes, en primer lugar a la Aduana, por lo que para la entrevistada se justifica la creación de la nueva tasa de tres dólares con cincuenta y un centavos.

Finalmente, para la funcionaria de Correos del Ecuador, existe el problema del desconocimiento de la ley y las restricciones existentes. Además de que por tratar de evadir impuestos o formalidades, los usuarios no se hacen importadores y por correo únicamente se puede enviar hasta treinta kilos. En cuanto a las demoras en las entregas de los paquetes, se debe a la falta de personal, al corto presupuesto de la empresa pública y a la gran cantidad de paquetería que llega al país.

### **2.1.8 Análisis de la entrevista a la economista Carolina González, encargada de envíos de Clientes Corporativos de DHL**

En cuanto a la existencia de empresas locales que hagan sus importaciones por DHL, a través del comercio electrónico, la economista afirmó que hay algunas empresas que sí hacen sus compras electrónicamente, por ejemplo Pathprofit, misma que vende equipos ambientales, que a su vez ésta compra por páginas web como Amazon, EBay, entre otras.

Los clientes corporativos tienen una cuenta en DHL y en esta empresa se les ofrece crédito en los fletes, es decir ellos piden a sus proveedores todo lo que quieran y cargan el costo del flete a su cuenta, que vendría a ser como un pago con tarjeta de crédito, es decir, por partes.

---

<sup>25</sup> Es el procedimiento que debe seguir un importador (en la mayoría de casos con la ayuda de un Agente de Aduana) con el fin de que las mercancías se nacionalicen conforme a la normativa vigente frente al SENA.

El problema, según la economista González es que cuando se compra en Amazon o eBay, ellos entregan los productos en una dirección determinada y no es posible que se entregue directamente en la oficina de DHL. Entonces, lo que hacen los clientes que compran electrónicamente es enviar a algún familiar o conocido en Estados Unidos, estas personas colocan todo en un solo paquete y de esta manera lo envían por DHL. En otras ocasiones, los clientes tienen una bodega en Miami, en donde su mercancía es consolidada<sup>26</sup> y traída al Ecuador, esa es la gran mayoría de los casos. Cuando se compra directamente en una página es complicado traer la mercancía con DHL, debido a que no tienen estas páginas una dirección física en la cual recoger el producto, ya que DHL ofrece un servicio puerta a puerta, por lo que es indispensable retirar los productos de una dirección. Si compran directamente al proveedor, ahí sí es posible que se retire la mercancía, porque el proveedor hace una llamada a DHL, otorga el número de cuenta del cliente y se procede a retirar de la oficina del mismo.

Con relación al incremento de las importaciones en línea, según las compras que han sido enviadas por DHL, la economista González afirma que en el 2017 sí hubo de hecho un aumento de las mismas, sin embargo una de las principales razones fue que el 2015 fue un año bastante malo. Los clientes que más han llegado a comprar por internet son los que compran artículos tecnológicos, según la entrevistada, DHL tiene bastantes clientes que importan estuches de celulares, pantallas y accesorios en general de celulares. También existen empresas que se especializan en hacer importaciones con la gente que desconoce el tema, desde conseguir el proveedor y los productos que el cliente requiere, hasta el final de la importación. De acuerdo con los datos de esta funcionaria, en el 2017 las importaciones en general crecieron en más o menos un 10%, en la ciudad de Cuenca. En número de importaciones se creció un 32%, por lo que no se ha crecido en peso sino en cantidad de estas. Para la economista González, Cuenca es una ciudad mucho más importadora que exportadora, el 70% de los clientes (corporativos con los que ella trabaja) son importadores y el 30% son exportadores.

---

<sup>26</sup> Según el numeral f) del Reglamento al Libro V, Título II del COPCI, la consolidación de carga es el acto de agrupar mercancía correspondiente a uno o varios embarcadores para ser transportadas hacia o desde el Ecuador, para uno o más destinatarios, mediante un contrato celebrado con un consolidador o agente de carga autorizado por el SENA.

No obstante, la mayoría de clientes no compra por internet debido al problema de que las páginas no cuentan con direcciones físicas.

Con relación al abuso de la utilización del régimen postal de 4x4, Carolina nos indicó que sí hay clientes que traen productos sin indicar que tiene un fin comercial y sin embargo estos son vendidos por el importador. Por ejemplo, tiene un cliente que trae de China zapatos deportivos para jugar fútbol, pupos, dentro del régimen de 4x4. Como se pueden traer 5 importaciones anualmente por persona, él trae a nombre de sus distintos parientes durante el año para poder abastecerse de bastantes productos. El porcentaje de arancel de los zapatos es del 30%, entonces a él le resulta mucho más barato pagar el costo del envío, que los impuestos que debería pagar aquí para nacionalizar la mercancía. No obstante, sí ha bajado muchísimo este tipo de actividad.

#### **2.1.9 Análisis de la entrevista al Ingeniero Fernando Vélez, gerente de la empresa IMPORTEC y usuario del Courier DHL**

Se entrevistó al Ing. Fernando Vélez, gerente de la empresa IMPORTEC y usuario del Courier DHL. El entrevistado comentó que hace regularmente (al menos 1 vez cada 2 meses) importaciones a través del régimen de Courier, sin embargo no siempre es el 4x4. Las importaciones que él realiza tienen un fin comercial y las hace generalmente en la plataforma electrónica Alibaba. La empresa IMPORTEC se dedica a la importación y comercialización de máquinas y repuestos para la extracción minera y según el Ingeniero nos comentó, los clientes, que son dueños de minas, suelen necesitar repuestos específicos en un tiempo determinado, para poder seguir con sus actividades, esto es generalmente cuando las máquinas necesitan cambios de piezas debido al desgaste. Debido a la inmediatez con la que los clientes requieren estas piezas, ellos deben pedir el envío de estos repuestos a proveedores chinos, que en la mayoría de veces han sido encontrados en Alibaba, e inmediatamente realizan el envío de estos por DHL. El entrevistado nos contó que en estos casos utilizan el servicio DHL express, añadió además que nunca ha tenido problema con este servicio y que está satisfecho con los resultados que ha obtenido a partir de las importaciones realizadas de esta manera.

### **2.1.10 Análisis de la entrevista de la Sra. Dayana Vidal usuaria de AliExpress y Correos del Ecuador**

Entrevistamos a la Sra. Dayana Vidal usuaria tanto de AliExpress<sup>27</sup> como de Correos del Ecuador. La entrevistada nos comenta que la compra que realizó (para fines personales) en la plataforma china fue con normalidad y no tuvo ningún inconveniente, además destacó su preferencia de realizar compras en el exterior (plataformas de comercio electrónico y páginas web de tiendas internacionales) ya que los precios son mucho más económicos que en el mercado local. Sin embargo, el paquete en este caso, fue recibido en la ciudad de destino (Cuenca) tres meses después de haber llegado al Ecuador (08 de octubre de 2017 en Quito) según el rastreo realizado en la página web de la empresa. La Sra. Vidal nos comenta que fue el mismo tiempo que tomó la importación del paquete de China a Ecuador, por lo que era inevitable su molestia y descontento con el servicio de Correos. Agregó que el paquete tenía como destino su domicilio pero en vista de que no llegaba, se acercó a las oficinas de la empresa pública en Cuenca y le comunicaron que primero debe recibir dos notificaciones en su domicilio y posteriormente acercarse a retirar en las oficinas. A pesar de esto, la Sra. Vidal nunca recibió aquellas notificaciones por lo que su única opción era el rastreo del paquete (mediante el número de guía a través de la página web de Correos del Ecuador) el cual llegó a Cuenca el 06 de diciembre de 2017 y le entregaron en las oficinas el 04 de enero de 2018. Finalmente, nos dijo que no es la primera ocasión que tiene problemas con Correos del Ecuador, que el caso de ella es uno de varios inclusive que hay personas que nunca reciben sus paquetes. La entrevistada a pesar de que no está de acuerdo con el cobro de la nueva tarifa (aplicada a toda la paquetería internacional relacionada con el comercio electrónico y explicada en el primer capítulo) ya que en otros países no se maneja de esa forma, tiene la esperanza que el servicio proporcionado por Correos del Ecuador mejore y sea eficiente en sus procesos incluyendo el de resolución de problemas ya que al momento deja mucho que desear.

---

<sup>27</sup> Es un sitio web chino del Grupo Alibaba, dedicado a la venta de productos a bajo coste que conecta de manera directa a los fabricantes chinos con compradores particulares alrededor del mundo.

## **2.2 Opiniones y posiciones respecto a la Tasa de Servicio de Control Aduanero (TSCA) a partir de las entrevistas realizadas**

### **Ing. Cristina Córdova, encargada de las importaciones de decoración a nivel nacional en la empresa Colineal.**

La Ing. Córdova, piensa que toda medida que el país ponga está bien, siempre y cuando se la maneje de una forma objetiva. La nueva tasa no le parece una mala idea, la ha pagado ya en una importación en el año 2017, de un monto alto y la tasa fue de \$500, valor que no le pareció exagerado, sino acorde con el peso de la mercancía importada. Nos dio a conocer que otros importadores que han traído cosas más pesadas, les ha salido más costoso, y que todos los importadores están expuestos a eso. La Ing. Córdova se refirió a las salvaguardias aplicadas anteriormente de 40% y 45% sobre el valor de las cosas, lo cual duplicaba el costo en destino. Tomando en cuenta lo anterior, finalmente nos dijo que si la TSCA es de \$50 - \$200 le parece coherente, y no está en desacuerdo, más bien le parece una iniciativa acorde a las necesidades del sector importador, y que es algo que si se puede cumplir ya que no es exorbitante.

### **Ing. Carlos Brussil técnico operador de aforo del SENA E de la Dirección Distrital de Cuenca.**

El Ing. Brussil nos dio a conocer que la tasa tiene un fin recaudatorio. Nos dijo que si bien es cierto hace un tiempo existían las salvaguardias y se extendieron hasta dos años entonces, es complicado que este rato el país vuelva a aplicar otra salvaguardia o que quiera incrementar aranceles a ciertos productos; nuestra legislación dice que los tributos al comercio exterior son los derechos arancelarios (advalorem, específico y mixto), los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias (IVA, ICE, FODINFA) y las tasas por servicios aduaneros, las cuales serán regularizadas, creadas o eliminadas por el SENA E, por lo tanto no necesitan ningún aval de la OMC o CAN, sino basta que el Director General suscriba la respectiva resolución<sup>28</sup>, en ese sentido

---

<sup>28</sup> Orden que dicta el encargado de un servicio público, cuyo alcance está limitado al contexto del servicio y su cumplimiento es de carácter obligatorio. Es importante mencionar que: una de las competencias indelegables del Director General del SENA E según el artículo 216 del COPCI, es expedir mediante resoluciones los reglamentos, instructivos y oficios circulares necesarios para la aplicación de aspectos operativos, administrativos, procedimentales, etc. para el buen funcionamiento de la administración aduanera y aspectos no contemplados en la legislación respectiva.

se crea la nueva tasa que se aplica al control anterior, concurrente y posterior y el cálculo, según la resolución expuesta en el primer capítulo, será diez centavos por el resultado de la división del peso neto en gramos, dividido para la unidad de control, la cual depende de la subpartida, para lo cual es necesario el ingreso al Ecuapass. Finalmente nos dijo que se ha escuchado decir a los importadores que la tasa es alta y que por un contenedor de cuarenta pies se paga alrededor de mil a tres mil dólares.

**Dr. Jaime Moreno, Director Legal de la Cámara de Comercio de Cuenca.**

El Dr. Moreno mostró su descontento con la TSCA por varias razones. Primeramente, no encuentran un motivo por el cual la Aduana, que está 150 años trabajando y que ya tiene dentro del presupuesto general del Estado, los recursos que necesita para funcionar, ahora va a cobrar diez centavos, por hacer lo que ya ha venido haciendo.

Segundo, la tasa técnicamente es la contribución para el beneficio de un servicio determinado, el impuesto es algo indeterminado, cuando se paga un impuesto no se sabe si el dinero recaudado irá a seguridad, educación, vialidad, en fin; una tasa es por algo puntual, y como Cámara de Comercio no encuentran el objetivo puntual.

Por otro lado, el peso, dentro del cálculo de la tasa, no tiene lógica la manera en la que este es medido, el Dr. Moreno dio el ejemplo comparativo entre un ventilador de plástico y uno de metal, siendo el de metal mucho más caro porque pesa más, sin embargo no se mide la calidad o la tecnología del mismo.

Afirma que la principal consecuencia de esta tasa es el menoscabo de la seguridad jurídica en el país, esta seguridad es la que otorga confianza y permite que existan relaciones de cualquier tipo, teniendo normas claras y estables en el tiempo. Fundamentalmente la inversión tanto nacional como extranjera en el Ecuador se ve afectada con este tipo de medidas.

El Ing. Moreno dice que no es un impacto fuerte en los precios al consumidor; sin embargo, ellos esperan que esta tasa sí permita controlar el contrabando, que se supone que es su objetivo. Cabe recalcar que existe bastante contrabando de electrodomésticos en el país, que viene principalmente de la Colombia y Perú. Ellos esperan que el dinero

recaudado no vaya únicamente a arcas fiscales por un tema de déficit fiscal, porque de esta manera no se estaría cumpliendo con un control efectivo del contrabando. Entonces, en teoría opina que estaría bien esta tasa, siempre y cuando, se mantengan estos porcentajes que todavía siguen siendo bajos. Lamentablemente no hay una Resolución en la que se definan las unidades de control de esta tasa, sino una vez que uno importa, en el Ecuapass se conoce cuál es el porcentaje, hoy por ejemplo en el caso de motocicletas es de cinco mil puntos, pero no se sabe si mañana esto pueda subir y bajar, hay gran inestabilidad en cuanto a eso. No existe un marco jurídico que esté definido prolongadamente en cuanto a esto.

### **Ingeniero Juan Francisco Vanegas, gerente nacional de compras de Marcimex**

Por su parte, el ingeniero Vanegas, afirma que la forma en la que manejan, genera inestabilidad en cuanto a la tasa aduanera, o a los aranceles y la generación de nuevos pedidos de productos es algo complicado. En el Ecuador actualmente hay mucha especulación en cuanto al cambio de partidas arancelarias<sup>29</sup> para el 2018, pero no se sabe aún. Igualmente, considera que es necesario estar abastecido de todos los productos, porque Ecuador no produce ninguno de ellos. Lo consideran una lotería, y tienen que hacer sus pedidos poco a poco, para que se pueda cubrir la demanda. Sin embargo, sí les ha pasado que han tenido algunos quiebres de inventario<sup>30</sup>, por ejemplo en el mes de diciembre de 2017 tuvieron un quiebre de inventarios de televisiones grandes porque importaron una cantidad determinada y el mercado demandó más, debido a rumores que afirmaban que el próximo año su precio subirá.

### **Economista Carolina González, encargada de importaciones de Clientes Corporativos de DHL**

Con respecto a la tasa de servicio de control aduanero, la economista González opina que el problema de esta tasa es que empieza a regir desde el 15 de enero de 2018 y

---

<sup>29</sup> Según la página web de la gran Enciclopedia de Economía, [www.economia48.com](http://www.economia48.com), es cada uno de los códigos que define en el arancel de aduanas una mercancía determinada o bajo el que se agrupa una categoría de mercancías afines entre sí.

<sup>30</sup> De acuerdo a la página web [www.emb.cl/negociosglobales](http://www.emb.cl/negociosglobales), un quiebre de inventario es cuando un producto no es encontrado en la sala de ventas en el lugar habitual, en el tamaño, variedad y la forma deseada.

desde que surgió como propuesta hasta que ya se deseaba hacer su implementación, no se tenía nada establecido en cuanto a la misma. El ECUAPASS no tenía forma de calcularla, de acuerdo a ella, los importadores hasta este momento no saben a ciencia cierta cuánto les va a costar. Yo tengo muchos clientes que me han dicho que van a subir el 5% al costo de sus productos.

Sin embargo, la funcionaria entrevistada afirma que en DHL se brinda asesoría a los clientes en ese tema. La información básica que dan en estas asesorías en cuanto a las categorías postales que están exentas y el valor máximo que los importadores pueden pagar: el cobro de esta tasa está exento para las categorías de Courier A, B y E. La A es para los documentos, la B es el 4x4 y la E que son medicinas y equipos médicos. Para las categorías C, D y F el cobro se realiza mediante una fórmula y el cobro de esta tasa puede tener un valor máximo de hasta \$700. Otro problema de esta tasa, según Carolina González, es que la Aduana puso un link para que el importador ingrese y pueda ver cuál es la unidad de cálculo para el producto que quiera importar, según su partida arancelaria, pero a pesar de ello, para sus clientes ese link no ha estado funcionando y la unidad de control está bastante difícil de calcular. Debido a esta dificultad que representa el cálculo de la tasa, la mayoría de importadores no tiene un plan en cuanto a lo que harán con respecto a la misma y el incremento que pueda tener ésta en el costo de sus importaciones, entonces la mayoría optará por subir un porcentaje del costo del producto y eso al final termina siendo asumido por el consumidor final. Lo que esto crea en la gente es incertidumbre y desmotivación en cuanto a la adquisición de los productos importados

### **2.3 Opinión final respecto a la TSCA**

La TSCA es un tipo de tributo al comercio exterior creada por el SENA y aplicada a partir del 13 de noviembre del 2017 para las importaciones, excepto para los regímenes de excepción de “Tráfico Postal” y “Mensajería Acelerada o Courier” cuya entrada en vigencia fue el 15 de enero del 2018. Es importante mencionar que existen ciertas mercancías que están exentas del pago de la tasa por ejemplo: efectos personales del viajero, ayudas técnicas, donaciones, envíos de socorro, entre otras exenciones.

Según la respectiva Resolución del SENA, a la cual se hizo referencia en el primer capítulo, el objeto de la tasa es por el servicio de control aduanero realizado en todo el territorio nacional en las tres fases del control aduanero. De esa forma, según declaraciones del Ministro de Comercio Exterior: Pablo Campana, la misma tiene la finalidad de combatir el contrabando y supervisar los productos que ingresan a Ecuador con precios subvalorados. Sin embargo, el Ing. Carlos Brussil funcionario del SENA nos comunicó que la misma tiene un fin recaudatorio.

El sector privado junto con varios gremios como la Cámara de Comercio de Cuenca y la Cámara de Comercio de Guayaquil han demostrado su descontento respecto a la aplicación de la TSCA, teniendo como fundamento la incoherencia del hecho que el SENA cobre por un servicio que ya ha venido brindando y que su cálculo no es lo suficientemente claro con respecto a la unidad de control, generando así inseguridad jurídica. Además, la Comunidad Andina (CAN), en enero de 2018, admitió una solicitud de los países miembros, para calificar la tasa de servicio de control aduanero como un gravamen, en caso de confirmarse, ésta podría quedar sin efecto.

Mientras tanto, los importadores quienes se han visto afectados en su negocio desde la aplicación de las salvaguardias, las cuales estuvieron vigentes hasta junio del 2017, han optado por incrementar en un rango de 5% - 10% el costo de sus mercancías; valor que se verá reflejado en el precio de venta al público. Es decir, son los consumidores finales quienes al final de cuentas sufren las consecuencias al momento de pagar productos importados.

## 2.4 Análisis legal de las importaciones tradicionales

Ya se sabe en este punto de la investigación que, las importaciones se encuentran reguladas por el COPCI, el Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código ibídem y las Resoluciones, emitidas tanto por el Director General del SENA E, como por el Comité de Comercio Exterior. Sin embargo, al tratarse este capítulo de un análisis comparativo, es necesario mencionar algunos puntos en concreto con respecto al ámbito legal, recordando que como modelo de importación tradicional se entiende por la importación realizada bajo el Régimen a Consumo (10).

- Para importar bajo el Régimen a Consumo es obligatorio la obtención del registro de importador para lo cual se debe contar con el RUC expedido por el SRI.
- Asimismo, adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica otorgado por el Registro Civil.
- Además, es necesario el registro en el portal ECUAPASS.
- Se debe tener presente que, una vez arribada la mercancía al país, se deben realizar los trámites de desaduanización con la asesoría de un Agente de Aduana.
- Para este tipo de importación se debe presentar la Declaración Aduanera de Importación (DAI) junto con los documentos de acompañamiento o de soporte según la mercancía.
- Finalmente, este tipo de importación debe pagar los tributos al comercio exterior a partir de la base imponible calculada: derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías y las tasas por servicios aduaneros.

Nota: Según el Boletín: N° 415-2017 del SENA E, para aquellas subpartidas que se encuentren restringidas por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), desde el 4 de enero de 2018, los registros de importadores (y exportadores) otorgados a través del Sistema de Información Empresarial (SISEMP) del MIPRO, se obtendrán en la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE) del Servicio Nacional de Aduana del

Ecuador a través del formulario “[135-008] Solicitud de Registro de Importador y Exportador”.

## **2.5 Análisis legal de las importaciones B2B mediante comercio electrónico**

Según la monografía del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), titulada “Más allá de la recuperación: la competencia por los mercados en la era digital”, escrita por Paolo Giordano, Alejandro Ramos, Kathia Michalczewsky y Bárbara Ramos (Giordano), el comercio internacional, ya sea a través de canales tradicionales o de medios digitales, está sujeto a las reglas multilaterales establecidas bajo el auspicio de la OMC.

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT)<sup>31</sup> regula por ejemplo las compras de bienes a través de medios electrónicos con envío físico, mientras que el Acuerdo General de Comercio y de Servicios (AGCS)<sup>32</sup> no distingue entre los medios a través de los cuáles se proporciona el servicio. Existen también acuerdos como el ADPIC<sup>33</sup>, Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio y el Acuerdo sobre los Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC)<sup>34</sup> tienen implicaciones directas sobre el comercio electrónico. Sin embargo, el grado en el que estas medidas aplican al comercio electrónico no siempre está claramente definido, principalmente por el hecho de que estos acuerdos fueron creados en una época en la que el comercio electrónico no alcanzaba niveles importantes de desarrollo. Este problema llevó a la OMC a establecer en 1998 un Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico, con el objetivo de clarificar la aplicación de las normas y hacer más cortas las brechas jurídicas. Esto es algo en lo que le se sigue trabajando a un ritmo bastante lento, es por eso que la falta de claridad

---

<sup>31</sup>Es un acuerdo de igualdad de trato y multilateral que regula el comportamiento a seguir por los Estados firmantes en la práctica del comercio internacional. Fue negociado en Ginebra en 1947 y entró en vigor el 1 de enero de 1948, aplicado por naciones que representan más de las cuatro quintas partes del comercio mundial.

<sup>32</sup> Acuerdo que entra en vigor en enero de 1995. Se inspiró básicamente en los mismos objetivos que su equivalente en el comercio de mercancías, el GATT: crear un sistema creíble y fiable de normas comerciales internacionales, garantizar un trato justo y equitativo a todos los participantes, impulsar la actividad económica mediante consolidaciones garantizadas y fomentar el comercio y el desarrollo a través de una liberalización progresiva.

<sup>33</sup> Se negocia desde 1986 hasta 1994. Es un acuerdo que incorporó por primera vez normas sobre la propiedad intelectual en el sistema multilateral de comercio.

<sup>34</sup> Acuerdo vigente desde el 1 de enero de 1995, su objetivo principal es que los reglamentos técnicos, las normas y los procedimientos de evaluación de la conformidad no sean discriminatorios ni creen obstáculos innecesarios al comercio.

y las brechas regulatorias han tenido como resultado que los países comiencen a incluir disposiciones correspondientes al comercio electrónico en los acuerdos comerciales establecidos entre los mismos, con el fin de establecer un marco común para los socios. Un ejemplo de esto es el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP), este es el acuerdo comercial con el rango más amplio de disposiciones relacionadas con el comercio electrónico, negociado entre 12 países de la Cuenca del Pacífico, sin embargo solo tres de América Latina están incluidos (Chile, México y Perú).

Según la monografía de Paolo Giordano, Alejandro Ramos, Kathia Michalczewsky y Bárbara Ramos, el análisis de las disposiciones sobre comercio electrónico en los acuerdos comerciales de los países latinoamericanos, se incluye tanto una dimensión cuantitativa como una cualitativa. “El análisis cuantitativo revela que cerca de 70% de los ACP<sup>35</sup> revisados contiene, por lo menos, una disposición sobre el comercio electrónico y 52% contiene un capítulo separado sobre el tema.” (Giordano, Ramos y Michalczewsky). Cabe recalcar que la mayoría de los acuerdos con países fuera de la región, incluyen ya sea un capítulo entero o disposiciones relacionadas con el comercio electrónico, pero sólo 56% de los acuerdos intrarregionales tratan este tema, lo cual le representa a la región latinoamericana un retraso en cuanto a regulaciones al comercio electrónico, frente a otras.

Las disposiciones respecto a la cooperación en los asuntos relacionados con el comercio electrónico y a la autenticación y firma electrónicas se encuentran en 41% de los acuerdos firmados con países fuera de la región y en 38% de los acuerdos intrarregionales. La prohibición a la imposición de aranceles a transacciones electrónicas se encuentra en 48% de los acuerdos. Por otro lado, la protección de los usuarios queda excluida en la mayoría de los compromisos acordados por los países de América Latina y el Caribe, este tema se refleja únicamente en 19 de las 100 disposiciones identificadas en la monografía publicada por el BID. Un 34% de los acuerdos incluye reglas sobre la protección de los consumidores en línea, sin embargo, el compromiso se limita en muchas ocasiones a mantener el diálogo y asegurar la cooperación entre las agencias nacionales de protección al consumidor, es decir no se cuenta con normativa vinculante. Actualmente, pocas negociaciones han abordado

---

<sup>35</sup> Arreglos Comerciales Preferenciales

temas específicos directamente relacionados con el comercio digital, la mayoría son disposiciones genéricas relativas al comercio exterior.

De acuerdo con el documento en cuestión, existe también una brecha entre los compromisos potenciales, inicialmente propuestos en los acuerdos, aquellos a los que se quiere llegar y los verdaderamente cumplidos. Los compromisos efectivamente asumidos corresponden sólo al 13% de los potenciales.

Los países de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú) han suscrito los acuerdos que contienen el mayor número de disposiciones sobre comercio electrónico. De hecho, tres de los cuatro países son parte en las negociaciones del TPP y tienen compromisos en todas las categorías relativas al comercio digital: acceso a mercados, facilitación del comercio electrónico y protección de los usuarios. El Mercado Común del Sur (MERCOSUR), del que Ecuador no es parte directamente, sin embargo es un país asociado, muestra un rezago en materia de comercio electrónico. Aun así, este bloque ha avanzado en algunos estándares internos sobre autenticación y firma electrónica, protección al consumidor y comercio sin soporte de papel, también se ha establecido un grupo de trabajo para promover la cooperación en comercio electrónico. Ecuador ha asumido algunos de estos compromisos en el contexto de las negociaciones con Colombia, Perú y la Unión Europea para alcanzar el acuerdo comercial con la misma. Los países de Centroamérica y del Caribe han avanzado en la regulación del comercio electrónico gracias a las negociaciones extra regionales que tienen. Existen bastantes disposiciones relativas al comercio electrónico en el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana (DR-CAFTA por sus siglas en inglés).

Es visible aún que los países de América Latina y el Caribe no han logrado superar aún los obstáculos al comercio internacional tradicional y a pesar de esto, están surgiendo nuevos desafíos con la emergencia del comercio electrónico. En el análisis de las disposiciones existentes en los acuerdos comerciales preferenciales del documento publicado por el BID, se muestra que la región aún no cuenta con un marco regulatorio eficaz y armonizado en materia de comercio electrónico. Es por lo mismo que se debe impulsar la creación de normas pertinentes y aplicables, dentro del

contexto de la región, y de esta manera impulsar el desarrollo del comercio digital tanto intrarregional como intrarregional.

De lo analizado anteriormente en conjunto con el estudio de campo realizado se pueden destacar los siguientes puntos referentes al ámbito legal de las importaciones B2B mediante comercio electrónico.

- El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) regula las compras de bienes a través de medios electrónicos con envío físico.
- El Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP), cuenta con el rango más amplio de disposiciones relacionadas con el comercio electrónico, negociado entre 12 países de la Cuenca del Pacífico, sin embargo solo tres de América Latina están incluidos (Chile, México y Perú).
- Sólo 56% de los acuerdos intrarregionales tratan sobre comercio electrónico.
- El 38% de los acuerdos intrarregionales contienen disposiciones respecto a la cooperación en los asuntos relacionados con el comercio electrónico y a la autenticación y firma electrónicas. La prohibición a la imposición de aranceles a transacciones electrónicas se encuentra en 48% de los acuerdos.
- El Mercado Común del Sur (MERCOSUR), del que Ecuador es un país asociado, muestra un rezago en materia de comercio electrónico.
- Los países de Centroamérica y del Caribe han avanzado en la regulación del comercio electrónico gracias a las negociaciones extra regionales que tienen.
- Existen bastantes disposiciones relativas al comercio electrónico en el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana (DR-CAFTA por sus siglas en inglés).
- A nivel nacional se cuenta con la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos y su respectivo Reglamento, en donde existe una normativa legal básica del tema, por lo que el sector privado se rige por la premisa de hacer lo que no está prohibido.
- En las importaciones mediante comercio electrónico, realizadas a través de los regímenes de excepción, únicamente se pueden importar artículos para uso personal.

- En el caso de Courier se permite importar hasta dos mil dólares y hasta 50kl y si sobrepasa estos límites ya no se puede nacionalizar por Régimen de Excepción, se convierte en carga normal y se debe declarar bajo el Régimen 10, como Importación a Consumo.
- Las categorías Courier “C”, “D” Y “F” aplican para el pago de la TSCA.
- La paquetería internacional relacionada con el comercio electrónico en materia postal en el rango de peso declarado de hasta 2.000 gr., debe cancelar una tasa por un valor de USD \$3.13 (Tres con 13/100 dólares de los Estados Unidos de América) sin Incluir IVA, por concepto de trámites operativos de nacionalización.

## **2.6 Análisis operativo de las importaciones tradicionales**

La totalidad de empresas a las que se entrevistó realiza sus importaciones de la manera tradicional. Llevar a cabo este tipo de importación le genera más confianza al importador, debido a que tiene contacto más directo con el proveedor y los productos; sin embargo, en este caso hay más pasos a seguir en comparación a una importación mediante e-commerce. No obstante, para los importadores entrevistados, en Ecuador existe un exceso de regulaciones para este tipo de importaciones: permisos, aranceles, tasas a pagar, este tipo de normas suele enlentecer el proceso y encarecer los productos.

- Las dos principales alternativas de búsqueda de proveedores cuando se llevan a cabo las importaciones tradicionales es a través de ferias internacionales, en donde se los puede contactar directamente y a través de los manifiestos de importaciones del Ecuador.
- Ecuador tiene una normativa de importación compleja, ya que los productos a ser importados tienen que pasar pruebas determinadas y cumplir con normativas específicas.
- Los productos a importar tienen que contar con permisos previos antes de ser embarcados y una vez con estos, en el país al que se va a importar la mercancía, se procede a tramitar los permisos internos como los fitosanitarios.
- Se recomienda empatar la producción de las mercancías a importar, con el cupo agendado en la naviera que lleva los productos desde el país de origen al país de destino.

- China tiene una sobre demanda porque todo el planeta compra a este país, entonces los cupos de producción son bastante disputados entre los compradores, entonces las fechas de embarque y la entrega de los productos generan un gran inconveniente.
- En general, los proveedores chinos son bastante incumplidos en cuanto a las fechas de entrega de los productos.
- Cuando se importan productos de marcas determinadas, se suele acudir directamente a los productores de los mismos, para evitar intermediación.
- Se deben solicitar previamente muestras (a los proveedores) de los productos que se desee importar, con el fin de analizar las características de los mismos, así como su calidad.
- El pago de este tipo de importaciones se realiza usualmente mediante una carta de crédito.

## **2.7 Análisis operativo de las importaciones B2B mediante comercio electrónico**

Las importaciones electrónicas están creciendo actualmente en el país y en el mundo, sin embargo, en el ámbito nacional la mayoría de estas tiene una finalidad de consumo y no de venta. Realizar importaciones mediante este medio genera muchas ventajas, principalmente relacionadas a la rapidez de la compra y la agilidad de negociación con el proveedor, además de beneficios como la comunicación en tiempo real con el mismo. Por otro lado, cuando se importa virtualmente, pueden llegar a existir varios problemas como la estafa por parte de los vendedores o la falta de garantías.

- Al realizar una compra en una tienda o plataforma internacional, una vez añadidos los productos seleccionados al carrito, se deben registrar los datos personales y por último se procede a realizar el pago.
- Los compradores tienen que adaptarse al modo en el que cada una de las distintas plataformas operan.
- El pago en este tipo de importaciones se realiza usualmente a través de tarjeta de crédito.
- Las compras mediante e-commerce han tenido un gran aumento en el último año, la mayoría de estas provienen directamente desde China.

- En ocasiones, los productos que se compran a través de las distintas plataformas virtuales, no coinciden con su descripción o imagen.
- Búsqueda de proveedores a través de las distintas plataformas electrónicas como Alibaba o a través de las páginas web de los productores de lo que se quiere importar.
- Facilidad de comunicación con los proveedores por medios electrónicos en donde se tiene contacto en tiempo real con los mismos, como Skype.
- La búsqueda de proveedores a través de las distintas plataformas virtuales, representa en casos una amenaza para la confidencialidad proveedor- cliente, ya que al ser proveedores virtuales mundiales, todo el mundo tiene acceso a sus productos, principalmente quienes representan una competencia para los clientes importadores.
- Hay ciertos proveedores en línea que no ofrecen garantías, lo que representa un problema para el importador cuando se necesitan cambios o devoluciones.
- Hay más agilidad en la negociación cuando se contactan proveedores virtuales.
- En Ecuador hay pocos incentivos al comercio electrónico, por ejemplo cuando se realizan compras en línea se tiene que pagar el 5% de salida de divisas; al contrario en países como Estados Unidos los productos comprados en línea están exentos de pagar el IVA.
- Hay un alto índice de personas que importan mercancías virtualmente, con fines comerciales y las traen mediante el régimen de excepción de Courier, dando lugar al comercio informal.
- Cuando una persona sin RUC, ni licencia de importador, realiza una compra internacional mediante plataformas de comercio electrónico y su mercancía requiere los permisos para la correcta nacionalización, la carga llega a los depósitos de turno en Quito o Guayaquil, los cuales funcionan todo el año. El importador o comprador tiene treinta días para regularizar desde la fecha que ingresó al depósito, de lo contrario, la mercancía cae en abandono tácito.
- Por tratar de evadir impuestos o formalidades, los usuarios no se hacen importadores y por correo únicamente se puede enviar hasta treinta kilos.
- El e-commerce aún no reemplaza el 100% de la gama de productos que se pueden encontrar en tiendas físicas.

- Se recomienda que la tienda o la plataforma en la que se realicen las compras esté legalmente constituida y maneje un idioma conocido, ya que esto genera confianza al importador.
- Hace falta educar a la gente en cuanto al tema de comercio electrónico para evitar problemas como la suplantación de identidades o las estafas, y de esta manera generar más confianza a los clientes electrónicos.

## **Conclusión al Capítulo 2**

En este capítulo se ha logrado obtener información relevante para este trabajo gracias al estudio de campo realizado, específicamente con respecto al estado del comercio electrónico en el país y las importaciones tradicionales, tanto el ámbito operacional como legal. De esta forma se ha cumplido el segundo objetivo específico planteado en esta investigación, es decir, el análisis comparativo entre los dos tipos de importaciones, tanto en el ámbito operacional como en el legal. Por otro lado, al tener diferentes posiciones respecto a la TSCA, se ha logrado tener una concepción general de la misma, tanto en el sector público, como en el privado e incluso dicha tasa ha tenido trascendencia internacional con la reciente intervención de la CAN. (Pendiente decisión final)

Es importante mencionar que a partir de la información obtenida en las entrevistas realizadas, se ha llegado a identificar varias ventajas y desventajas de la importación de bienes B2B mediante comercio electrónico, información que nos será de gran utilidad para realizar el siguiente capítulo de esta tesis y así posteriormente poder generar las respectivas conclusiones.

## **CAPÍTULO 3: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA IMPORTACIÓN B2B**

### **Introducción al Capítulo 3**

En este capítulo se hace básicamente un análisis de las ventajas y desventajas del comercio electrónico enfocado a las importaciones mediante el modelo B2B. Cabe recalcar que se consideró necesario hacer primeramente un análisis de las barreras y beneficios de este tipo de comercio en América Latina y el mundo en general, ya que estos constituyen un punto de referencia y comparación para nuestro país. El comercio electrónico no es un caso aislado, sino un fenómeno global y es por lo mismo que debe ser estudiado partiendo de un punto más amplio. A pesar de que existen algunas limitaciones para las importaciones mediante el e-commerce, tales como: inseguridad en cuanto a la protección de los datos, insuficiencia de medios de pago o medios logísticos, entre otros, se espera que con el tiempo se vayan superando y el avance del comercio digital se vaya desarrollando. Por otro lado, éste brinda cada vez más ventajas como la agilidad en los trámites, además de ser un mercado en expansión que ofrece una gran variedad de productos y proveedores a nivel mundial.

### 3.1 Barreras al comercio electrónico en América Latina

Así como en el comercio tradicional, el comercio electrónico se ve afectado por la inestabilidad macroeconómica, la falta de acceso a los distintos servicios financieros y sobre todo por la complejidad de los procedimientos aduaneros. A más de los obstáculos mencionados, para el comercio electrónico específicamente existen barreras que limitan o impiden que las empresas y sus clientes accedan al mercado en línea o que lleven a cabo pagos electrónicos y envíos de mercancías compradas a través de Internet.

Según un cuadro constante en la monografía del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), titulada “Más allá de la recuperación: la competencia por los mercados en la era digital”, escrita por Paolo Giordano, Alejandro Ramos, Kathia Michalczewsky y Bárbara Ramos, se pueden observar los requerimientos básicos para completar cada una de las tres etapas (venta, pago y envío) del comercio electrónico.

#### Gráfico No. 9 Etapas en las transacciones de Comercio Electrónico

CUADRO 4 • ETAPAS EN LAS TRANSACCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO		
1 Efectuar/Recibir Órdenes	2 Entregar/Procesar Pagos	3 Enviar Pedidos
<ul style="list-style-type: none"><li>• Acceso a infraestructura y servicios de TIC y energéticos fiables y asequibles</li><li>• Desarrollo de capacidades digitales y de TIC (para la fuerza laboral y los consumidores)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Acceso a medios de pago electrónicos (por ej. tarjetas de débito y crédito) y/o banca en línea</li><li>• Acceso a soluciones seguras de pagos electrónicos (p.e. proveedores externos de servicios de pagos electrónicos)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistemas de logística y transporte adaptados a los requerimientos de envíos pequeños y frecuentes</li><li>• Procedimientos aduaneros simplificados, estandarizados y armonizados, en particular para los envíos de bajo valor</li></ul>

Fuente: BID

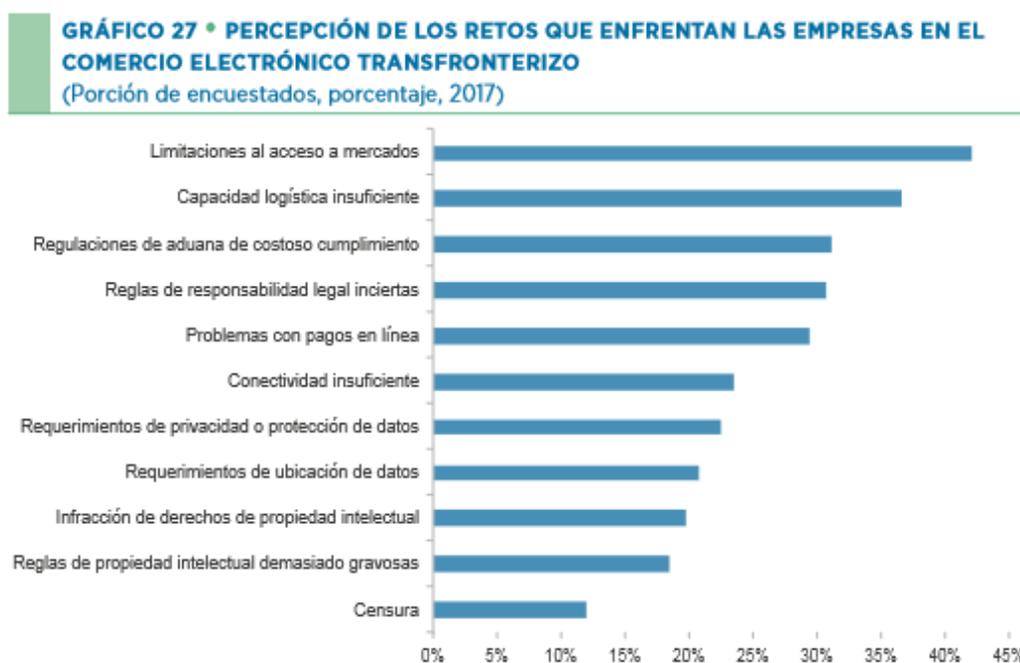
Dentro de estas 3 etapas determinadas, para participar en el comercio electrónico las empresas y los consumidores necesitan primeramente contar con acceso a Internet. En Latinoamérica, según la monografía en cuestión, el número promedio de suscripciones de banda ancha móvil pasó de 5,6 en 2011 a 59,1 por cada 100 habitantes en 2016. Sin embargo, todavía queda mucho por cubrir, ya que se afirma que la calidad del servicio todavía es baja y los costos son elevados en relación a países de Europa o América del Norte. Cabe recalcar que sin educación relacionada a las TICS (Tecnologías de la Información y la Comunicación), es inútil el hecho de contar o no con acceso a internet.

En cuanto a esto, la UNESCO reportó en el 2009 que el 45% de las escuelas de educación secundaria en Ecuador tienen acceso a Internet para fines pedagógicos.

Por otro lado, están los medios de pago necesarios para llevar a cabo transacciones electrónicas. En 2014, el 51% de la población latinoamericana contaba con una cuenta en alguna entidad financiera, según estadísticas del Sector de Integración y Comercio con cifras de la base de datos de Inclusión Financiera Global del BID. No obstante, algunos análisis del mismo departamento sugieren que los bancos de la región todavía cobran comisiones elevadas al recibir y enviar dinero al extranjero y que las tarjetas de débito y crédito sólo se pueden utilizar para transacciones en moneda nacional, lo que obstaculiza el comercio transfronterizo. Tal es el caso en Ecuador del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD). Según el SRI, el hecho generador de este impuesto lo constituye la transferencia, envío o traslado de divisas que se efectúen al exterior, ya sea en efectivo o a través del giro de cheques, transferencias, retiros o pagos de cualquier tipo. “Este impuesto debe ser pagado por todas las personas naturales, sucesiones indivisas, y sociedades privadas, nacionales y extranjeras, según lo dispuesto en el ordenamiento jurídico vigente, que realicen transferencias, envíos, traslados o que estén dentro de las causales de presunción del impuesto conforme la normativa tributaria vigente.” (Servicio de Rentas Internas SRI). Este Impuesto a la Salida de Divisas grava el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen al exterior, sin importar si existe o no la intervención de alguna institución del sistema financiero, por lo que su base imponible constituye el monto del traslado de divisas, acreditación, depósito, cheque, transferencia, giro y en general cualquier otro mecanismo de extinción de obligaciones cuando estas operaciones se realicen hacia el exterior. En el caso de que el hecho generador se produzca con la utilización de tarjetas de crédito o de débito por consumos o retiros efectuados desde el exterior, como es el caso de las compras a través de medios electrónicos, para el cálculo de la base imponible, se resta un monto exento anual equivalente a \$5000. Quienes emiten estas tarjetas deben verificar que los consumos o retiros de los clientes, realizados en el exterior no superen en conjunto, anualmente, el valor establecido. En los casos en que la persona natural o jurídica, supere ese monto determinado anual, deberá realizar la declaración y pago del impuesto, en los plazos y condiciones que determine el SRI, siendo la tarifa establecida para este impuesto del 5% de la cantidad de dinero que salga al exterior.

La última barrera más representativa a la que se enfrentan los comerciantes digitales de la región, son los costos monetarios y de tiempo asociados con el transporte internacional y con los procedimientos aduaneros de cada país. Estos problemas afectan especialmente a los exportadores de envíos pequeños y de precio moderado o bajo. Las ventas de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que están envueltas en el comercio internacional no cuentan con la escala necesaria para generar costos de envío más bajos, por la reducida cantidad de productos que venden, en comparación con empresas mayoristas. Según la monografía del BID ya mencionada, las pequeñas y medianas empresas de la región afirman que los efectos de las deficiencias en la logística y las excesivas regulaciones aduaneras, son muy perjudiciales para el eficiente funcionamiento de las mismas.

### Gráfico No. 10 Percepción de los retos que enfrentan las empresas en el Comercio Electrónico Transfronterizo



Fuente: BID Sector de Integración y Comercio con datos de la encuesta a las empresas de la plataforma ConnectAmericas.  
Nota: El gráfico se basa en las respuestas de una encuesta a 300 empresas de ALC que participan en la plataforma ConnectAmericas. A los encuestados se les pidió que califiquen cada problema en una escala del 1 (no representa un problema) al 5 (representa un problema significativo). Los porcentajes reportados corresponden a los encuestados que calificaron cada problema con un 4 o un 5.

Fuente: BID

Como se puede ver en el anterior gráfico, las infracciones de derechos de propiedad intelectual constituyen una amenaza para las empresas que comercializan sus productos electrónicamente hacia otros países. Según la Organización Mundial de la

Propiedad Intelectual (OMPI), una de las principales características del e-commerce es su carácter mundial, es por lo mismo que la propiedad intelectual puede utilizarse y ser objeto de licencia<sup>36</sup> en muchos países al mismo tiempo. El carácter global de las empresas que llevan a cabo comercio electrónico, incide en la propiedad intelectual de diferentes formas. Cuando ésta es objeto de infracción, es bastante difícil encontrar al infractor y de hacer valer los derechos de propiedad intelectual que puedan haberse vulnerado en la Internet. De acuerdo con la OMPI, uno de los principales problemas en cuanto a esto es que no queda claro qué tribunales tendrán competencia en las controversias relativas al comercio electrónico y la propiedad intelectual. Además, las leyes y normas sobre propiedad intelectual varían de un país a otro y los niveles de protección a los usuarios pueden variar. Cabe la posibilidad de que se las empresas de e-commerce sean demandadas o que ellas demanden y busquen reparaciones, pero varias cuestiones procesales intervienen en esos casos, empezando por el hecho de que las partes procedan de distintos países, en ese caso será difícil determinar qué tribunal podrá o deberá intervenir. Es por lo mismo que se considera al arbitraje internacional como una forma eficaz de resolver controversias internacionales relativas al comercio en línea. Para esto, la OMPI recomienda que los contratos de naturaleza relativa a la compra y venta internacional de mercancías a través de e-commerce, debe fijar cláusulas de arbitraje, en cuyo caso las partes deberán valerse del arbitraje si surge una controversia.

Se puede acotar también a esto, el hecho de que las compras en línea pueden tener como una consecuencia problemática el fraude en línea<sup>37</sup>. Los comercios continúan expandiendo sus fronteras y mercados para satisfacer la demanda de sus clientes en el entorno del e-commerce y en esta medida también crece el fraude. CyberSource Corporation, el Instituto de Comercio Electrónico de América Latina y Visa llevaron a cabo un estudio sobre las empresas de América Latina y el Caribe que promueven la

---

<sup>36</sup> Según el Código Ingenios, esta es una autorización que concede el titular de los derechos al usuario de la obra u otra producción protegida, para utilizarla en la forma determinada y de conformidad con las condiciones que hayan sido convenidas en el contrato.

<sup>37</sup> Según la página web de la escuela de leyes de Cornell, [www.law.cornell.edu](http://www.law.cornell.edu), es el fraude realizado a través del uso de una computadora o de la Internet. La piratería informática (*hacking*) es una forma común de fraude: el delincuente usa herramientas tecnológicas para acceder a distancia a una computadora con información confidencial. Otra forma de fraude involucra la interceptación de una transmisión electrónica, ocasionando el robo de la contraseña, el número de cuenta de una tarjeta de crédito u otra información confidencial sobre la identidad de una persona.

administración del fraude online y las operaciones comerciales en la industria, y analizan el panorama de fraude online y móvil.

Este estudio fue realizado llevando a cabo encuestas, los participantes del mismo estaban involucrados activamente en operaciones de comercio electrónico y en políticas de prevención de fraude de su empresa. La encuesta fue realizada por Confirm-it, una firma independiente de investigación de mercado y hubo 266 encuestados.

A medida que los clientes siguen comprando productos online haciendo uso de sus dispositivos móviles (computadores, celulares, tabletas, entre otros) las empresas deben ofrecer experiencias de compra sin mayores contratiempos en sus canales de e-commerce, para mantener la competitividad y la lealtad de los mismos. De esta manera, los negocios deben buscar la forma de proteger a sus clientes y al negocio como tal, de la creciente amenaza que implica el fraude online.

Según este estudio, en la actualidad la mayoría de empresas cuenta con recursos y presupuestos muy limitados para afrontar el fraude, sin embargo estos no deberían abandonar sus esfuerzos. “Conforme avanzan en mejorar los procesos para la detección de fraude y minimizar las pérdidas por fraude, deben enfocarse en lograr un equilibrio entre mejorar la experiencia del cliente, maximizar los ingresos, alcanzar la mayor eficiencia posible en sus operaciones de fraude y trabajar en la reducción de sus costos operativos.” (Visa - Cybersource).

## Gráfico No. 11 Porcentaje de órdenes rechazadas por fraude en América Latina



Fuente: Cybersource Corporation

Según este reporte muchos comercios cuentan con herramientas para la prevención de fraude, no obstante aún se dan problemas relacionados con esto. Los comercios de América Latina y el Caribe reportaron un índice de contracargos<sup>38</sup> de 1.7%, un índice de revisión manual de 28%, entendiendo a esta como un proceso que involucra la intervención de personas en la constatación de datos de los clientes electrónicos, cabe recalcar que este proceso implica mucho trabajo, tiempo y es vulnerable al error humano, por último existe un índice de rechazo de órdenes de 9.2%. Cabe acotar que las órdenes rechazadas son las que no se han considerado válidas de acuerdo a los parámetros establecidos para la revisión manual de las mismas. Estas cifras significan que posiblemente las empresas latinoamericanas estén sacrificando una parte importante de órdenes válidas, alejando a sus clientes y reduciendo potenciales ingresos.

Las empresas pueden mantener su índice de fraude bajo si logran obtener sistemas de detección automatizada de fraude, el problema es que estos podrían resultar costosos inicialmente, a pesar de que a largo plazo ahorren gastos de revisión manual de las órdenes de compra a las empresas. Los métodos más comunes de evaluación manual,

<sup>38</sup> De acuerdo con la definición de la página de Mastercard BIZ de México, este es un reclamo de parte de un cliente sobre un cargo con el que no está de acuerdo, o que no reconoce, el mismo puede terminar en la devolución de su dinero. A través de estos, los consumidores pueden protegerse de fraudes de parte de los negocios o de terceros.

según el estudio son: mediante el número de verificación de tarjeta, estudiando el historial crediticio del cliente, a través del historial de órdenes del cliente y verificación de e-mail del comprador.

### **3.2 Ventajas y desventajas de la importación B2B mediante comercio electrónico**

#### **3.2.1 Ventajas de la importación B2B mediante comercio electrónico**

Actualmente las tecnologías de la información y comunicación (TICS) son parte del día a día, especialmente en el ámbito empresarial al revolucionar las formas de hacer negocios. Se podría decir que en toda área o departamento dentro de una empresa existe la presencia de las mismas, tanto para procesos internos como externos, teniendo como principales resultados la disminución de costos y el aumento de eficiencia.

Por ejemplo, se usa la internet para acceder a información relevante como estudios e investigaciones, noticias, datos económicos, financieros, legales, contactos y direcciones, entre otros y en muchas ocasiones sin ningún costo, lo que es totalmente favorable para las organizaciones.

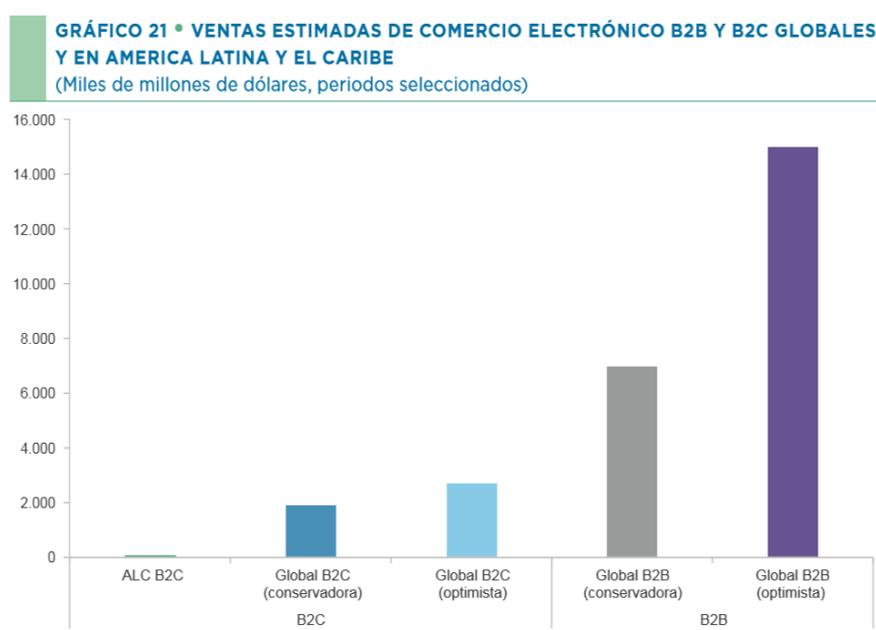
Hoy en día la mayoría de empresas sean nacionales o internacionales, cuentan con presencia en la web, ya sea a través de una página web oficial, cuentas en las redes sociales, tales como: Facebook, Twitter, Instagram o mediante anuncios publicitarios. Además que, con lo anterior las marcas, negocios o empresas llegan a millones de usuarios de una manera rápida y a costos accesibles captando nuevos clientes. Asimismo, les permite conocer más acerca de su posicionamiento y target.

Por otro lado, gracias a la internet, la comunicación ya sea dentro o fuera de la empresa es inmediata, por lo que los procesos y gestiones se pueden lograr en menor tiempo, incrementando la productividad y eficiencia de la organización. Aparte del correo electrónico, no es extraño ver que un proveedor se comunica con su cliente mediante aplicaciones como WhatsApp o Skype, como se pudo evidenciar en el estudio de campo realizado en el capítulo anterior de esta investigación. Esto tiene como

resultado un gran ahorro en costos de comunicaciones, ya que existe un canal directo de contacto.

Otro ejemplo de la inmersión de la internet en los negocios, es el poder vender y comprar en línea, es decir el comercio electrónico indirecto u on line. La posibilidad de realizar este tipo de transacciones a través de la web, permite el contacto con clientes y proveedores de todo el mundo durante las 24 horas del día. Es así que existe un crecimiento notable de las ventas de este tipo de comercio y sus modalidades, como se puede observar en el siguiente gráfico.

### Gráfico No. 12 Ventas estimadas de Comercio Electrónico B2B y B2C globales y en América Latina y El Caribe



Fuente: BID Sector de Integración y Comercio con datos de Statista, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y E-commerce Foundation.

Nota: El gráfico resume las estimaciones disponibles para el comercio electrónico B2B y B2C para ALC y el mundo, e incluye transacciones transfronterizas y domésticas. Los reportes de Statista y de E-commerce Foundation aportan cifras similares para las ventas B2C en ALC en 2015 (ver nota 29). Las estimaciones de Statista reportan los niveles más bajos para los flujos globales de B2C (2016) y B2B (2013), mientras que E-commerce Foundation y UNCTAD reportan los estimados más optimistas, para B2C (2016) y B2B (2015) respectivamente. No hay datos para las ventas B2B en ALC.

Fuente: BID

En esa línea, el acceso al mercado global se ha facilitado enormemente en primer lugar debido a la eliminación de barreras implicadas al adquirir un producto internacional, tales como: geográficas, falta de conocimiento, dificultades en las comunicaciones, costos operativos muy altos, desconocimiento de la oferta y demanda, entre otras. De esa forma, la selección de un producto, ya sea para uso personal o comercial, ya no se

limita a tiendas locales sino a una selección global de ofertantes, en donde el factor principal de la decisión de compra es el precio del producto.

Actualmente, para las empresas que cuentan con un departamento de compras internacionales o llevan a cabo importaciones, ya no es estrictamente necesario contratar intermediarios para encontrar y obtener un producto en el extranjero, ni tampoco para mantener la comunicación con proveedores internacionales. Así como también ya no es necesario realizar un viaje al país de origen o realizar una búsqueda presencial de empresas proveedoras.

Gracias a la internet, a las plataformas B2B y demás medios electrónicos, existe un acceso más fácil y rápido a la información, por ejemplo, para la búsqueda de proveedores internacionales o materia prima, solo basta ingresar en la barra de búsqueda de un navegador o de una plataforma B2B el producto requerido. Es así que, las transacciones en la red cada vez son más comunes en el sector empresarial, específicamente en las relaciones comerciales sucedidas entre: proveedor – fábrica; proveedor – distribuidor; proveedor - comerciante.

En ese sentido, la eliminación de pasos innecesarios y el acortamiento de procesos para importar se traducen en la reducción de costos para las empresas y a su vez en una ventaja competitiva<sup>39</sup>, es decir, con el uso del comercio electrónico una empresa puede adquirir una posición favorable frente a su competencia dentro del mercado.

“Al reducir los costos del comercio derivados de la distancia física, el comercio electrónico permite a las empresas acceder al mercado mundial, llegar a una red más amplia de compradores y participar en el comercio internacional. Una mayor difusión de estas tecnologías ha hecho posible que empresas de países en desarrollo también puedan acceder a las oportunidades comerciales que genera el comercio electrónico, y algunas han realizado avances importantes en los últimos años” (Azevêdo)

---

39 Según el autor Daniel Cohen, es la pertenencia por parte de una empresa de recursos valiosos que la habilitan o permiten el desarrollo de actividades de mejor manera y, en menor costo que el competidor.

Las principales ventajas que existen en la importación B2B mediante comercio electrónico son:

- En primer lugar, es relevante señalar como ventaja el hecho que el comercio electrónico en los últimos años ha crecido enormemente. “Se dice que en general el monto del comercio electrónico conducido por Internet se duplica cada 100 días”. (Cohen Karen y Asín Lares). Además, que la categoría con mayor crecimiento y peso en el comercio electrónico es el B2B incluyendo tanto transacciones nacionales como internacionales. “Mientras que estimaciones conservadoras valúan las transacciones globales B2B para el año 2015 en cerca de 7 billones de dólares, fuentes alternativas estiman que la cifra fue superior a los 15 billones de dólares en el periodo 2012–2013.” (Giordano).
- Debido a que el comercio electrónico funciona a través de la internet, no existen barreras geográficas ni de tiempo para acceder al mismo. Se puede realizar una compra internacional desde la casa, el trabajo o en cualquier lugar usando teléfonos inteligentes. Por lo tanto, el e-commerce acerca a compradores y vendedores, lo que resulta en nuevas oportunidades de intercambio.
- Así como para un proveedor, contar con presencia en la web, ya sea mediante una página web, redes sociales o a través de plataformas B2B, le permite llegar a millones de usuarios y potenciales clientes. Para un importador, su portafolio de proveedores crece debido a la gran oferta existente a través del comercio electrónico.
- Existe una reducción de los costos de búsqueda, ya que esta es directa a través de la internet, por lo tanto, no se requiere esfuerzo para encontrar los productos adecuados. Es decir las bases de datos de proveedores internacionales ya no son estrictamente necesarias ni tampoco el costo de pagar a aquellos proveedores de información. Actualmente, si se ingresa el nombre de un producto o palabras claves en buscadores web por ejemplo: proveedores de “x” producto, se obtienen varios resultados de los cuales se tiene que ir descartando hasta llegar a la información conveniente, o si se ingresa directamente a una plataforma B2B se facilita totalmente la búsqueda.

- Se reducen las asimetrías de la información, lo que le permite al comprador encontrar mejores precios y términos.
- Existe una desintermediación en el proceso de compra, lo que puede reducir significativamente los costos de transacción de compra. Al comprar directamente a los fabricantes, las empresas pueden aumentar las ganancias, a la vez que cobran precios más bajos.
- Existe una comunicación bidireccional entre el proveedor y el comprador a tiempo real, mediante chat en vivo, redes sociales, WhatsApp, email, entre otros.
- La densidad de información en los mercados de comercio electrónico hace que los precios y los costos sean más transparentes. Es decir, el importador puede conocer con facilidad la variedad de precios en un mercado y los costos reales de los productos.
- La comunicación entre el proveedor y comprador no tiene límites, ya que las plataformas B2B cuentan con su propio sistema de comunicación en línea, además de la opción de contacto a través de email.
- Las plataformas B2B proveen información detallada y actualizada de cada uno de los productos que se ofrecen, como es: el precio, especificaciones y descripción de productos, fotos, materiales, ubicación de la fábrica, certificaciones de calidad de los productos, entre otros.
- La tecnología en las plataformas B2B permite mantener un historial de compras y destacan posibles productos que un importador puede estar interesado en comprar.
- Plataformas B2B como Alibaba permiten ingresar un requerimiento de cierto producto y cantidad, para posteriormente recibir múltiples cotizaciones provenientes de varios posibles proveedores. Lo que permite una selección filtrada y conforme a los requerimientos.
- Las plataformas B2B manejan garantías en cuanto a certificaciones de calidad del proveedor y su fábrica, así como del proceso de pago.
- No existen impuestos dirigidos directamente a las transacciones realizadas por comercio electrónico en el Ecuador.

- En cuanto a la forma de pago, existe la posibilidad de cancelar con tarjeta de crédito, débito, mediante una transferencia o utilizando PayPal<sup>40</sup>.
- Las transacciones se transmiten automáticamente de un sistema de información a otro a través de una red, lo que elimina la impresión y el manejo del papel en un extremo y el ingreso de datos en el otro. Esto es favorable tomando en cuenta la cultura de cero papeles en pro de la preservación y cuidado del medio ambiente.
- Las empresas usan la Internet para localizar al proveedor de menor costo, buscar catálogos en línea de productos de proveedores, negociar con proveedores, hacer pedidos, realizar pagos y coordinar el transporte. Todo esto puede suceder dentro de una plataforma B2B.
- Al realizar una venta o compra en línea, existe la posibilidad de solucionar conflictos e inconvenientes a través de la web. Muchas de las plataformas B2B y las estudiadas (Alibaba y Amazon) cuentan con procedimientos establecidos para la solución de problemas que pueden ocasionarse entre el vendedor y el comprador en cualquier etapa del proceso de compra. Por ejemplo, Alibaba permite el ingreso de disputas si los productos no se reciben antes de la fecha límite de envío acordada entre vendedor y comprador y, si los productos no se reciben en condiciones satisfactorias; sin embargo se debe agotar primero el intento de negociar una solución con el proveedor.

### **3.2.2 Desventajas de la importación B2B mediante comercio electrónico**

- El importador debe confiar en las características con las que el producto es descrito en la página web que lo oferte. Sin embargo, es un problema recurrente, sobre todo con proveedores chinos, que las características de los productos ofertados no son compatibles con la realidad. Por ejemplo es muy común, y es algo que hemos experimentado personalmente que al comprar prendas de vestir en una plataforma virtual como Amazon, estas tienen un aspecto muy distinto al que tienen las prendas que efectivamente son enviadas. Las tallas no siempre coinciden con la talla que uno requiere, los colores o las

---

<sup>40</sup> De acuerdo a la página web de PayPal, es un servicio global que permite enviar pagos a la cuenta del vendedor con una tarjeta de crédito, pero sin compartir la información financiera. (PayPal)

telas de la ropa tampoco es igual a lo que uno ve en las imágenes de este tipo de mercancías.

- Algunos proveedores no ofrecen garantías. Por ejemplo Amazon es una página que no se responsabiliza sobre los productos que vende, simplemente es un facilitador logístico. El principal problema de no contar con garantías por parte del proveedor es que los usuarios se rehúsan a comprar productos de mucho valor, debido a que en el caso de que este tuviere cualquier tipo de defectos, el alto valor pagado por el mismo no es reembolsado o al menos el producto no es cambiado. Se considera también una barrera que en el caso de que sí se ofrezcan garantías, el comprador sea quien debe cubrir los gastos logísticos del envío del producto para que este pueda ser cambiado por uno en buen estado.
- Surgen dificultades al importar máquinas o productos demasiado grandes o complejos. Debido a la naturaleza de este tipo de mercancía, se necesitan técnicos especializados para su instalación, todo este proceso toma tiempo y además es el importador quien debe cubrir todos los gastos del mismo.
- En Ecuador el comercio electrónico aún no reemplaza al 100% de la gama de productos que se pueden encontrar en tiendas físicas. Este tipo de comercio está dirigido para una gama de productos, en los cuales no se exige mucha garantía o no se exigen devoluciones. Al ser Ecuador un país en el cual el e-commerce está en vías de desarrollo, las empresas que ofrecen productos mediante este canal, aún no cuentan con un soporte logístico y medios de pago consolidados para ofrecer mercancías complejas o al por mayor. Localmente existiría un tipo de comercio electrónico focalizado en las ventas al por menor, de productos específicos.
- El e-commerce presenta desventajas en cuanto a la seguridad con relación al comercio normal, ya que el primero podría dar lugar a problemas como la estafa<sup>41</sup> o la suplantación de identidad<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> Según el artículo 186 del COIP es cuando una persona en busca de obtener un beneficio patrimonial para sí misma o para una tercera persona, mediante la simulación de hechos falsos o la modificación u ocultamiento de hechos verdaderos, induzca a error a otra, con el objetivo de que realice un acto que perjudique su patrimonio o el de una tercera. Esta persona será sancionada con pena privativa de libertad de cinco a siete años.

<sup>42</sup> Según el artículo 212 del COIP, esto se da cuando una persona que de cualquier forma suplante la identidad de otra para obtener un beneficio para sí misma o para un tercero, en perjuicio de una persona. La persona que cometa este delito será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años.

- Cuando se compra artículos por medios digitales o electrónicos y estos son traídos al país para ser posteriormente revendidos y no se hace el debido procedimiento de nacionalización de los mismos (pago de tributos al comercio exterior y demás trámites) se da lugar al comercio informal, principalmente al contrabando. Cabe recalcar en cuanto a este tema que la razón de ser de la Tasa de Control Aduanero, está fundada en el supuesto de que la existencia de una necesidad de fortalecer el servicio de control aduanero, para combatir el contrabando y la defraudación.
- Cuando importan productos de una marca determinada, el comercio electrónico deja de ser la opción más viable, debido que se debe recurrir directamente a los proveedores de los productos y de esta manera se evita la intermediación de más actores como son los vendedores de las tiendas en línea de plataformas como Amazon o Alibaba. Como un ejemplo, el Ingeniero Juan Francisco Vanegas, Gerente de Compras de Marcimex, nos comentaba durante la entrevista que le realizamos, que sus clientes demandan constantemente productos de marcas específicas como LG o Samsung, que son reconocidas a nivel mundial. Es por lo mismo, que ellos como empresa, toman la decisión de acudir directamente a los principales proveedores o productores de tales marcas. Sin embargo, debido a la calidad y reconocimiento de las mismas, los productos resultarán más costosos, en comparación a otros que sean de marcas de menor renombre.
- Este tipo de comercio no asegura una relación de confidencialidad y exclusividad entre el proveedor y el cliente, debido a que son proveedores que ofertan sus productos en páginas web abiertas a todo el mundo. Al contrario, en el comercio tradicional, se puede tener un contrato exclusivo y secreto con un proveedor que asegure al importador un trato especial bajo las condiciones que los dos pongan. Tanto para los importadores como para los proveedores es muy importante mantener ciertos datos en reserva o secreto debido a todo lo que implica tener ese tipo de información. El origen de los productos, el nombre del proveedor, el monto total de las transacciones y demás, son datos que se prefiere que se mantengan en privado debido principalmente a la creciente competencia a la que se enfrentan día a día las empresas. La confianza mutua entre las partes contribuye a garantizar transparencia y sinceridad en el procedimiento y sus resultados.

- Las plataformas virtuales de venta de productos, no cuentan con una dirección física, lo que complica el retiro de un producto desde el lugar en el que se compra. Este problema es visible cuando se quiere traer la mercancía comprada mediante un Courier, el costo de la importación del producto mediante este régimen cubre la retirada del producto desde las instalaciones de la empresa que vende, sin embargo páginas como Amazon o Alibaba no cuentan con un lugar físico de entrega de productos.
- Tanto Ecuador como la región latinoamericana en sí, no cuentan aún con un marco regulatorio eficaz y armonizado en materia de comercio electrónico. Se puede destacar en este punto que la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos de Ecuador continúa siendo la misma desde el año de su publicación en 2002. Son diez y seis años en los que el comercio electrónico y todo lo relacionado al mismo ha avanzado de sobre manera, mientras que la ley que se supone lo debería regular, se ha mantenido igual desde la fecha en la que fue promulgada. Por otra parte, en América Latina, la normativa que regula este tipo de materias, está mayoritariamente contemplada en Acuerdos o Tratados Regionales, de los que no todos los países son parte y sobre todo no son realmente vinculantes para quienes forman parte de los mismos.

### **Conclusión al Capítulo 3**

En este capítulo se ha logrado puntualizar tanto las ventajas como desventajas de la importación B2B mediante comercio electrónico, tomando en cuenta el estudio de campo realizado y desde una perspectiva centrada en América Latina. Es indudable que la tecnología está y seguirá cambiando la forma de operar en el ámbito empresarial y comercial. Si bien es cierto, el comercio electrónico presenta un notorio crecimiento en la región, resaltando la modalidad B2B; además existen varias ventajas del uso de la internet y las herramientas tecnológicas en los procedimientos internos y externos de una organización, haciendo de los mismos más eficientes, al mismo tiempo se acortan los procesos y se eliminan pasos innecesarios; lo cual resulta en la reducción de costos, aumento de la productividad y rentabilidad de la empresa. Sin embargo, en un contexto tanto continental como nacional, el comercio electrónico aún no se encuentra del todo desarrollado y regulado, lo que limita su uso y confianza. Además, en el comercio electrónico transfronterizo, específicamente en la importación, existen aún falencias y vacíos que deben ser tomados en cuenta si se elige este modelo, como son: aspectos relacionados con la seguridad, confidencialidad y exclusividad que sin duda afectan al funcionamiento y bienestar de la empresa. Finalmente, la decisión del modelo de importación debe radicar también en la naturaleza del producto, tomando en cuenta los costos a generarse en todo el proceso de importación y la normativa vigente.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Creemos primeramente necesario definir al comercio electrónico desde una perspectiva actual que se ajuste a la realidad. Generalmente, sobre todo antiguamente se define al e-commerce como el uso de la internet y de las aplicaciones de software móviles para hacer negocios. Esta sería una concepción amplia del mismo, en la que el hecho de enviar un mail, buscar un proveedor en línea o hacer un pago electrónico mediante tarjeta de crédito ya constituirían comercio electrónico. Sin embargo, pensamos que es necesario que la definición de este tipo de comercio se actualice, ya que a medida que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) avanzan, los estándares y conceptos preestablecidos deben también progresar. Es por lo mismo que hemos concluido en definir al comercio electrónico como la comercialización de bienes o servicios a través de redes informáticas por métodos exclusivamente diseñados para recibir o realizar órdenes. Más específicamente, el comercio electrónico transfronterizo o internacional, abarca transacciones en línea que conlleven el envío o recepción de bienes o servicios a un país diferente al de origen.
- En un contexto de bajas tasas de crecimiento tanto del PIB de la región latinoamericana como del comercio mundial en general, el comercio electrónico se desarrolla y crece rápidamente. Sin embargo, es notable recalcar el hecho de que los países de América Latina se han especializado históricamente en la exportación de productos que no son exclusivamente adecuados para las ventas online y con esto se hace una especial referencia a las materias primas. Esto es algo que podría limitar el potencial del comercio electrónico en la región, no obstante el comercio electrónico transfronterizo es un segmento en expansión en América Latina. La región cuenta con el mayor porcentaje mundial de consumidores electrónicos que realizan compras en línea exclusivamente en el extranjero, siendo esta cifra de 15%. Al contrario en Asia, es tan solo del 4%. Siguiendo la línea del comercio electrónico tanto en América Latina como en el mundo, el segmento que cuenta con el mayor peso es el B2B, que incluye transacciones nacionales e internacionales que se llevan a cabo en el marco de negociaciones entre empresas. Ahora bien, en

Ecuador y sobre todo en Cuenca (partiendo de los datos recolectados en esta tesis) el modelo de comercio electrónico más utilizado es el B2C, es decir el de compra y venta entre la empresa y el consumidor directo, esto se debe principalmente a que este tipo de comercio en el país se enfoca a la venta de productos al por menor.

- Como se ha podido comprobar existen bastantes personas que importan mercancías electrónicamente, con fines comerciales y las traen mediante el régimen de excepción de Courier, dando lugar al comercio informal de bienes y generando contrabando. Pensamos que este es un hecho recurrente tanto a nivel nacional como mundial, debido al vacío legal que existe en cuanto a las regulaciones y límites que debe tener el régimen de Courier. Teniendo en cuenta que el principal objetivo de los regímenes de excepción es despachar la mercancía importada mediante formalidades simplificadas, por la naturaleza y objeto de las mismas, que serían bienes de uso personal o productos que suplen necesidades específicas de las distintas personas, creemos que sería adecuado limitar las cantidades, características y condiciones de los productos a importar bajo este régimen. Cuando se excede una cantidad o un peso delimitado, la mercancía se debe sujetar a las normas aduaneras generales, debido a que las mismas pasan al régimen de Consumo o cualquier otro tipo de régimen en el que los requerimientos y procesos de importación son distintos y es eso mismo lo que las personas buscan evitar, al erróneamente usar al régimen en cuestión con propósitos comerciales. Aquí hay lugar para dos recomendaciones: la primera, es tratar de simplificar los procesos de importación de productos mediante el régimen de importación a consumo, que es el comúnmente utilizado cuando se quiere importar mercancía para su posterior venta. Y por otro lado, establecer en la Ley los motivos por los cuales se declara que un producto traído a través de un Courier o Correos del Ecuador, tiene finalidad comercial, debido a que actualmente solo existen motivos de sospecha por los que se puede declarar que el producto fue traído para ser vendido, por ejemplo la importación de mercancía en cantidades superiores a las necesarias para satisfacer el consumo exclusivamente personal, sin embargo, estos motivos de sospecha pueden estar sujetos a la subjetividad del operador de Aduana que haga la respectiva revisión.

- Con respecto a la Tasa de Control Aduanero, se conoce que el SENA E la ha implementado como un pago por el servicio de control que esta institución presta frente a la necesidad de fortalecer el mismo y con el principal objetivo de combatir el contrabando y la defraudación. En el desarrollo de nuestra tesis hemos recogido la opinión acerca de esta tasa, de empresas e instituciones tanto públicas como privadas y se ha podido ver un contraste entre las mismas. Nosotras nos hemos acogido a la posición del sector privado y apoyamos el rechazo de la existencia de esta tasa, esencialmente por una razón. La Aduana como institución en Ecuador existe hace más de cien años y se supone que desde entonces es su deber y obligación ejercer el servicio de control y prevención del contrabando y más delitos aduaneros ¿por qué ahora se le tiene que pagar un monto extra por llevar a cabo una actividad que le corresponde hacer? Es inaudito de parte del SENA E querer encontrar nuevos medios de financiamiento a costa del encarecimiento de las importaciones que el país hace. Independientemente del hecho de que esta tasa repercuta en un mejor control (o no) de la entrada de mercancías al país, no es correcto que los productos importados se encarezcan, debido a una tasa que claramente tiene fines recaudatorios.
- El modelo de negocios de comercio electrónico en el que se ha centrado esta tesis es el B2B, haciendo énfasis específicamente en las importaciones y después de haber recopilado información tanto teórica como práctica del mismo, concluimos que este tipo de importación se debe enfocar en un target de productos determinados. La maquinaria grande, los productos muy complejos, artefactos costosos y delicados requieren más cuidado, precisión y determinación en el proceso de importación, es por lo mismo, que consideramos que estos se deben importar de manera tradicional, llevando a cabo todo el proceso de búsqueda y visita de proveedores y los trámites aduaneros junto a un Agente Afianzado de Aduana. De esta manera el importador estará seguro de las condiciones en las que el o los productos serán traídos y asimismo que estos van a poder contar con el soporte necesario para un adecuado funcionamiento, igualmente podrá negociar directamente con el proveedor los términos de garantías del mismo. Por otra parte, creemos que la

importación de productos sencillos, no muy costosos, ni complejos como: ropa, calzado, artesanías, juguetes y los demás relacionados a éstos, se puede llevar a cabo efectivamente mediante e-commerce con el modelo de B2B. De esta manera hay un proceso de importación más rápido, se evitan algunos trámites aduaneros y tiempos de espera, existen más formas de pago y sobre todo se cuenta con un gran portafolio de posibles proveedores y productos a nivel global. Por estas razones consideramos necesario sugerir que la decisión de importación y sobre todo del tipo de importación se tome basada en el tipo de producto que se requiera.

- En cuanto a las plataformas B2B analizadas, se puede decir que son amigables con los usuarios, ya que su diseño y funciones son fáciles de entender y operar. Se asemejan a cualquier buscador disponible en la internet, ya que se puede ingresar en la barra de búsqueda ya sea el producto, el material o proveedor y obtendremos inmediatamente varias opciones de resultados. La información se encuentra organizada y distribuida de acuerdo a categorías, tales como: hogar, muebles, bolsos y maletas, textiles, accesorios de automóviles, entre otros, lo que evita que el usuario se pierda al momento de requerir cierto producto. Además, en el caso de Alibaba, se puede realizar una cotización en minutos y en pocas horas recibir varias ofertas de diferentes proveedores alrededor del mundo, se puede verificar la calidad de los productos solicitados mediante servicios adicionales proporcionados por la página, así como también existe la opción de solicitar una muestra y también iniciar una disputa o disconformidad, ya sea porque el producto no coincide con las características mostradas y ofrecidas (calidad), o el producto se encuentra defectuoso; cabe mencionar que la política de la página dice que existe un plazo de treinta días una vez recibida la mercancía para realizar un reclamo y solicitar un reembolso. Sin embargo, se debe tener presente que al importar en grandes cantidades el escenario cambia, ya que la devolución no es una opción rentable. Los proveedores no mantienen exclusividad con el importador, es decir, se corre el riesgo de que la competencia tenga acceso al mismo proveedor y productos, lo cual no resulta favorable para un negociante. No existen garantías que protejan al comprador, se puede ser víctima de un fraude, si no se toman las precauciones debidas, lo que genera desconfianza en los usuarios e importadores. Es por esto que se

recomienda realizar un análisis de la naturaleza del producto, los proveedores ofertantes (seriedad, instalaciones, certificaciones, condiciones de pago, entre otros.) acudir a la sección de Preguntas Frecuentes e informarse de las soluciones a los posibles inconvenientes, para decidir importar a través del comercio electrónico y páginas B2B.

- En base al análisis de la entrevista a la Ing. Nuria Maldonado, Directora Regional de Correos del Ecuador CDE E.P. se pudo obtener información de los tres principales problemas de esta E.P: falta de personal, corto presupuesto de la empresa pública y la gran cantidad de paquetería que llega al país, lo que desencadena en la demora de entregas. Es así que desde octubre del año 2017, se estableció el cobro de tres dólares con cincuenta y un centavos por cada paquete recibido de comercio electrónico, para hacer frente a esos problemas. Sin embargo, para poder saber y analizar que esa tasa efectivamente ha ayudado a hacer frente al desbordamiento de Correos del Ecuador es cuestión de tiempo. Por el momento existe la esperanza de los usuarios del mejoramiento del servicio, sobretodo de la agilidad del envío y recibo de paquetes. Es pertinente señalar que, Courier como DHL si ha respondido de una manera más rápida al aumento de importaciones mediante este régimen. Por ejemplo, cuentan con logística especializada en comercio electrónico, tanto a nivel nacional como internacional.
- Se debe considerar también que la internet, las herramientas digitales y las nuevas tecnologías evolucionan de una manera muy acelerada, por el contrario, las legislación avanza desproporcionalmente respecto a estas tecnologías, es decir no existen decisiones inmediatas respecto a la volatilidad de la tecnología, como es el caso del comercio electrónico. Además, otro aspecto que dificulta esta situación es el hecho de la insuficiencia de la armonización legislativa a nivel internacional.
- En cuanto a la normativa internacional, existe deficiencia de acuerdos vinculantes que traten sobre el comercio electrónico transfronterizo. En mucho de los casos, el compromiso en este aspecto se limita a reconocer el crecimiento

y la oportunidad del comercio electrónico, mantener el diálogo y asegurar la cooperación relacionada con la protección al consumidor. Actualmente, pocas negociaciones han abordado temas específicos directamente relacionados con el comercio digital, la mayoría son disposiciones genéricas relativas al comercio exterior. En cambio, el comercio exterior tradicional, si cuenta con varios acuerdos y organizaciones dedicadas al tema y a la resolución de conflictos.

- En Ecuador hay pocos incentivos al comercio electrónico, por ejemplo cuando se realizan compras en línea se tiene que pagar el 5% del Impuesto a Salida de Divisas (ISD). Se creó una Cámara de Comercio Electrónico nacional, pero la misma no tiene funcionamiento, los gremios comerciales del país están al tanto del crecimiento del comercio electrónico transfronterizo, pero no han tocado el tema frente a las autoridades gubernamentales, la ley de comercio electrónico se desarrolla en un marco muy básico que no cubre todos los aspectos del tema, dejando vacíos legales. Haciendo una comparación con países como Estados Unidos, los productos comprados en línea están exentos de pagar el IVA, existen leyes específicas que prevén las transacciones en línea y la protección al consumidor, lo que hace de las transacciones en línea un método de compra seguro y confiable.

## BIBLIOGRAFÍA

*Alibaba*. 2018. <https://www.alibaba.com/>. 15 de febrero de 2018.

Asamblea Nacional de la República del Ecuador . *CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*. Quito: Editora Nacional , 2016.

Azevêdo, Roberto. «Taller sobre el comercio electrónico organizado por el grupo MIKTA.» 2016.

*Banco Central del Ecuador* . 2017.

<https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual>. 12 de Octubre de 2017.

*BBVA Bancomer*. 2018. 10 de febrero de 2018.

Brussil, Ing. Carlos. *Análisis legal y operativo de los tipos de importaciones desde el punto de vista del SENA* Estefanía Granda y Andrea Mera. 13 de enero de 2018.

Cohen Karen , Daniel y Enrique Asín Lares. *Sistemas de información para los negocios*. s.f.

COMUNIDAD ANDINA (CAN). *Decisión No 778 relativa al Régimen Andino sobre Control Aduanero*. Decisión Judicial . Lima, 2012.

*COPCI. Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones* . Quito , 2010.

Córdova, Ing. Cristina. *Análisis del modelo de importación en Colineal* Estefanía Granda y Andrea Mera. 2018.

*Cornell Law School*. 2018. 11 de febrero de 2018.

Correos del Ecuador . *Resolución Nro. CDE-EP-CDE-EP-2017-0012-R*. 15 de Septiembre de 2017.

*Ecommerceday Ecuador* . 2017. <http://www.ecommerceday.ec> . Octubre de 18 de 2017.

*Enciclopedia de Economía*. 2018. 10 de febrero de 2018.

*Euromonitor International* . 2017. [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com) . 10 de noviembre de 2017.

Giordano, Pablo. *Más allá de la recuperación: la competencia por los mercados en la era digital*. 2017. Banco Interamericano de Desarrollo.

González, Carolina. *Estado actual de las importaciones mediante comercio electrónico en el Courier DHL* Estefanía Granda y Andrea Mera. 9 de enero de 2018.

*INEC Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos* . s.f. [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec). 14 de diciembre de 2017.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) . «[www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)» 2014. 18 de Octubre de 2017.

Kenneth, Laudon y Carol Guercio. *E-Commerce: Negocios, Tecnología y Sociedad*. Novena Edición. Pearson Education, 2013 .

Laudon, Kenneth C. y Jane P. Laudon. *Management Information Systems*. Pearson Education Limited, 2014.

- Maldonado, Nuria. *Análisis de importaciones mediante e-commerce de la empresa Correos del Ecuador* Estefanía Granda y Andrea Mera. 13 de enero de 2018.
- Moreno, Jaime. *Análisis legal del estado del comercio electrónico en Ecuador y Cuenca* Estefanía Granda. 07 de enero de 2018.
- Negocios Globales* . 2018. 10 de febrero de 2018.
- Observatorio de e-commerce & transformación digital*. 2016. 10 de Noviembre de 2017.
- OMPI Organización Mundial de Propiedad Intelectual*. 2018. 10 de febrero de 2018.
- PayPal*. 2018. 15 de febrero de 2018.
- Redacción Económica . «Las importaciones suben 72% en junio tras la eliminación de las salvaguardias.» *El Telégrafo* 20 de Junio de 2017: 1.  
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/las-importaciones-suben-72-en-junio>.
- Reglamento al título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del COPCI*. Quito, 2011.
- Rizzo, Elisa. *Comercio Electrónico en la Bahíaec* Estefanía Granda y Andrea Mera. 2018.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES. «Plan Nacional para el Buen Vivir 2013- 2017.» 2017. 24 de Octubre de 2017.
- SENAE. «Resolución Nro. SENAE-DGN-2014-0109-RE.» 11 de febrero de 2014. 04 de enero de 2018.
- Sevilla, Iván Ruiz. *Iván Ruiz Sevilla Startups y Negocios* . 19 de octubre de 2015. 16 de octubre de 2017.
- Statista The Statistics Portal* . 2008. 26 de octubre de 2017.
- The Observatory of Economic Complexity* . 2016. <http://atlas.media.mit.edu/es>. 12 de Octubre de 2017.
- Todo Comercio Exterior - EC. «Todo Comercio Exterior.» 2016.  
<http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/>. 15 de Noviembre de 2017.
- Torres, Antonio. *Análisis operativo de las importaciones tradicionales y mediante e-commerce* Estefanía Granda y Andrea Mera. 04 de enero de 2018.
- Trademap*. 2017. <http://www.trademap.org>. 12 de Octubre de 2017.
- Vanegas, Juan Francisco. *Análisis del modelo de importación de Marcimex* Estefanía Granda y Andrea Mera. 10 de enero de 2018.
- Vélez, Fernando. *Experiencia de uso de servicios del Courier DHL* Estefanía Granda y Andrea Mera. 15 de enero de 2018.
- Vidal, Dayana. *Experiencia de uso de AliExpress y Correos del Ecuador* Estefanía Granda y Andrea Mera. 04 de febrero de 2018.

## **ANEXOS**

### **1) Entrevista a la Srta. Elisa Rizzo encargada de ventas de La bahíaec**

La bahía.ec es una página web que vende productos importados desde China a través de comercio electrónico. Hablamos con Elisa Rizzo en las oficinas ubicadas en la Av. Remigio Crespo, y nos comentó que su primo Mario Rizzo, Ingeniero en Sistemas, dio inicio a este negocio. Nos comentó que no es tan fácil como se cree importar a través de la internet simplemente dando un clic, dice que actualmente la competencia es muy grande y como ejemplo mencionó a Coral Hipermercados o Importadora Vásquez. Ella dice que a veces si es necesario realizar un viaje a la China dado que ha habido ocasiones en las cuales se genera la venta al proveedor mediante plataformas electrónicas y al momento de despacharla el 25% no sirve, lo cual representa una pérdida ya que les resulta más costoso devolver la mercadería. Nos comenta que mantiene reuniones a través de Skype con los proveedores. En cuanto, al comercio electrónico relacionado a las ventas nos comentó que existe desconfianza al momento de la compra ya que las personas no confían en realizar el pago sin antes haber recibido el producto o haberlo visto, es por lo mismo que se han visto forzados a la creación de oficinas físicas en la ciudad de Guayaquil (Matriz), Quito y Cuenca.

### **2) Entrevista a la Ing. Cristina Córdova, encargada de las importaciones de decoración a nivel nacional en la empresa Colineal**

**¿De la mercancía que importan, ustedes realizan visitas a proveedores en los países de origen o como los encuentran?**

Dentro del portafolio de proveedores que mantiene la empresa hay algunos que desde un inicio trabajan con la empresa por lo que no es necesario visitar a los mismos para realizar una compra sino que se utilizan medios electrónicos tales como email, WhatsApp, Dropbox, redes sociales lo que le facilita el intercambio de información con los proveedores, además de saber a tiempo real las ofertas, promociones y precios de los productos lo que les permite tomar las decisiones de manera rápida y generar la orden de compra. Dice que Colineal por motivos de innovación debe buscar en ocasiones a nuevos proveedores a través de visitas a ferias o plantas y conocer el

producto a traer, la calidad, condiciones ofrecidas, precios a negociar es decir, el establecimiento de una relación de trabajo con el proveedor en el exterior.

**¿Alguna vez han buscado y contactado a proveedores a través de plataformas como por ejemplo Amazon o Alibaba?**

Si, Si se hace esa búsqueda. El mercado chino es sumamente grande en donde se puede encontrar todo, desde un clavo hasta una máquina. Si hay ocasiones en las cuales hemos buscado un producto específico en Alibaba.

**¿Y han comprado en Alibaba?**

Ósea no hemos hecho la compra del producto en línea en esa plataforma, sino contactar al proveedor encontrado y de manera interna empezar la negociación, pero si he encontrado proveedores ahí que me han proporcionado no mercancía como tal por ejemplo estructuras metálicas para exhibir alfombras en los locales y eso si encontré ahí, me contacte con el proveedor y se estableció la compra, la mercancía llegó bien, en buen estado y de buena calidad, no tuve ningún problema.

**¿Y por qué no optó a realizar la negociación y compra dentro de la plataforma?**

Por la confidencialidad de la empresa. Además es una plataforma a la cual todo el mundo tiene acceso y yo necesito confirmar quien es el proveedor, de dónde es, su razón social, su producción y quienes han sido sus clientes. Incluso ellos mismos nos han contactado por interno viendo el tipo de requerimiento de la empresa; no es como una compra en Amazon que se compra algo puntual y te mandan, sino se necesita un proceso logístico, una orden de producción, despacho una naviera un contenedor, etc.

**¿Y ustedes estarían dispuestos en el futuro a realizar este tipo de compras sin recurrir al contacto interno con el proveedor?**

Bueno, no les podría decir que no porque realmente toda la informática está evolucionando todos los días, puede que el día de mañana eso sea lo más fácil incluso que el proceso logístico se adapte a una plataforma. Por ejemplo, yo llevo haciendo esto 15 años y al inicio la orden de compra se generaba por fax, entonces si alguien me dice usted haría órdenes de compra por internet yo diría claro, uno tiene que siempre abrirse al cambio y a la evolución de los procesos. Pienso que si un proceso va a ser más ágil de esa manera, cualquier empresa con una necesidad específica podría adaptarse.

**¿Y dada su experiencia, qué se le ha hecho difícil comenzar a utilizar herramientas electrónicas para una importación?**

La verdad creo que nada, se ha pasado de un proceso rígido y formal en donde se tenía que esperar bastante tiempo para que el proveedor reciba el fax, responda, que mande fotos o discos por DHL. Más bien es mucho más fácil y ágil hacerlo ahora, no he tenido en realidad una barrera sino ha sido un proceso constante de agilizar todo lo que se hace, prácticamente se hace en tiempo real, con el celular se realiza una video llamada, el proveedor está en la planta te muestra un video de lo que se quiere ver, los productos que se quieren comprar por ejemplo a través de WhatsApp. Es decir se vuelve más rápido, la ventaja es que las personas estamos a la par con la tecnología, tal vez esto puede ser una barrera para una persona que lleva haciendo esto 40 o 50 años, a alguien que le cueste manejar el teléfono o WhatsApp, manejar una plataforma buscador de proveedores como lo es Alibaba o Amazon ya que no es de su era el manejo informático. Para mí ha sido totalmente una ventaja.

**¿Qué ventajas operativas, logísticas cree usted que le puede ofrecer una de estas plataformas?**

El uso de una plataforma siempre es una ventaja, yo pienso que lo que se debe respetar mucho es la confidencialidad del comprador; porque si bien es un mercado tan amplio, a uno le cuesta encontrar un producto que se desea ofrecer aquí en las condiciones requeridas como calidad y precio, entonces eso hace que uno hace que lo haga de manera confidencial ya que el mercado es muy competitivo a pesar de que el país es pequeño, si yo traigo hoy un borrador a \$1, el día de mañana hay 5 personas que lo traen en 0,50 ctvs. Entonces el uso de las plataformas requiere cuidado, de saber manejar la información es decir que no divulgue, para que una persona pueda estar segura de que su inversión y la compra que está haciendo van a ser realmente rentable y no va a perder.

El poder tener un amplio portafolio de proveedores con una gran variedad de productos es una ventaja pero el hecho de que yo pueda saber quién está comprando y en dónde se vuelve un mercado de competencia y rivalidad tremendo y realmente nos afecta en el negocio.

**¿Finalmente, cuál es su opinión con respecto a la Tasa de Servicio de Control Aduanero?**

Bueno, en realidad yo trabajé en la Aduana, yo pienso que toda medida que el país ponga está bien siempre y cuando se la maneje de una forma objetiva ósea todos estamos conscientes de que un país no sobrevive del aire ni de la buena voluntad sino debemos ser conscientes que debemos pagar impuestos por las cosas que hacemos. La nueva tasa no me parece una mala idea, la he pagado ya en una importación la cual fue por un monto alto y la tasa fue de \$500, no me pareció exagerado, sino acorde porque fue con el peso de la mercancía. Escuché comentarios de gente que ha traído cosas tal vez más pesadas y les ha salido más costoso, pero todos estamos expuestos a eso. Hace poco teníamos las salvaguardias de 40% y 45% sobre el valor de las cosas y esto duplicaba el costo aquí, si cierto producto me costaba \$1000, pagaba de impuestos \$1000. Entonces que yo traiga algo y sobre eso tenga que pagar de \$50 - \$200 me parece coherente, no estoy en desacuerdo más bien es una iniciativa acorde a las necesidades del sector importador, pienso que es algo que si se puede cumplir no es exorbitante.

**3) Entrevista al Ing. Carlos Brussil, técnico operador de aforo de la Dirección Distrital de Cuenca del SENA E.**

**¿Cómo están regulados los tributos a las importaciones mediante comercio electrónico, ya que al realizar una compra internacional mediante plataformas de comercio electrónico pagamos impuestos únicamente del país de origen?**

Esa es una pregunta específica de comercio electrónico aplicado a la importación de un régimen de excepción, que son paquetes postales, correo rápido o Courier, es decir, Régimen 91 comúnmente conocido en Quito y Guayaquil ya que en estas ciudades hay Courier aquí en Cuenca no hay; entonces es un despacho simplificado, el único funcionario que tiene acceso a esto soy yo ya que estoy en el área de despacho. Bien, al ser un régimen simplificado o de excepción la ley dice que los trámites deben ser simplificados, expeditos, rápidos, entonces a diferencia de las declaraciones aduaneras normales de importación, éstas pueden generar directamente el Courier. Ejemplificando, en una tienda o plataforma internacional “x” después de añadir los productos seleccionados al carrito, se registran sus datos, y se realiza el pago a través

de una tarjeta de crédito que sea internacional, en ese momento se genera el 5% del impuesto a la salida de divisas eso ya es parte del comercio electrónico, y se le carga directamente a la tarjeta. También se debe poner una dirección box del Courier de su preferencia sea este Correos del Ecuador, Transky, FedEx, DHL, y demás autorizados por la Aduana. Dependiendo de la compañía van a tener acuerdos con diferentes aerolíneas y también puede o no cobrar por casillero. Una vez consolidada la carga viene al país y llega a los aeropuertos ya sea de Quito o Guayaquil en sacas o en pallets depende del envío. Si hablamos de compras 4x4 estas son 4 kilos y \$400 dólares, éstas no pagan impuestos pero pagan una tasa de cuarenta y dos dólares y tienen ciertas limitaciones como máximo cinco envíos al año, máximo dos mil dólares. Si el paquete no paga impuestos, el Courier en este caso, genera la Declaración Aduanera Simplificada y de eso sale el canal de aforo puede ser automático, físico o documental y se libera la carga.

Pero en el caso de los que pagan impuestos estamos hablando de las demás categorías por ejemplo, si es que es una laptop ésta entra en una categoría F, entonces ahí el funcionario del Courier realiza la declaración y Aduana revisa el trámite y se generan los impuestos respectivos en base a la subpartida arancelaria, así como las restricciones y prohibiciones. En el caso de las computadoras, pagan advalorem, IVA, fodinfa y se realiza el cálculo; para obtener la base imponible es el valor de la factura más el flete más el seguro, si no tengo valor del flete para Courier es 1.5 por cada kilo, esa regla se aplica en una sala de arribo internacional cuando no hay costos presuntivos. La suma del valor de la transacción más el flete por el 1% me da el seguro y la suma de los tres es la base imponible para calcular los tributos, de esa base imponible, multiplico por el advalorem, el fodinfa y la suma de: la base imponible más el advalorem, y el fodinfa por el 12% para el IVA eso correspondiendo a tributos, eso se genera en una Liquidación Aduanera, la cual va a tener un número, nombre del consignatario y a la par el Courier genera una factura electrónica de los servicios prestados (corte, manejo de guía) lo que resulta un promedio de setenta dólares de paquetes que pagan impuestos dependiendo del peso bruto o peso volumen, lo que pese más. En cuanto a la liquidación aduanera, ya depende del Courier puede pagar inicialmente y luego cobrar o primero se debe pagar la misma para generar el proceso de aforo. Asimismo, dependiendo del Courier hacen las entregas domicilio o llegan a las oficinas de estos. Así se cierra el trámite.

### **¿Qué sucede en el caso que una persona importa a través de Regímenes de Excepción con fines comerciales?**

Depende, el tema de determinar si es con fines comerciales o no es subjetivo, ya que depende del criterio del funcionario que realiza el aforo. Si se realiza una importación de menos de cuatrocientos dólares y menos de 4 kilos, y ahí hay veinte relojes en teoría estaría dentro del 4x4 pero por la cantidad el funcionario pudiera determinar que existe finalidad comercial; pero en cambio, que sucede si el importador es un coleccionista de relojes, y ahí se debe demostrar. Al ser veinte relojes y considerados con finalidad comercial, sale de la categoría 4x4 y automáticamente nos vamos a lo que dice la partida arancelaria del producto y vemos si existe restricciones o prohibiciones, además se cambia a la categoría C con finalidad comercial y se aplica el cálculo de tributos y se debe pagar impuestos. Como Aduana se debe verificar también el valor el cual debe estar acorde a la mercancía declarada y en base a eso se calcula los tributos, en caso de no corresponder se inicia el proceso de Duda Razonable y se da cinco días para que el usuario justifique el valor.

### **¿Dada la facilidad de realizar una compra internacional mediante plataformas de comercio electrónico, qué sucede cuando una persona realiza una compra y la mercancía llega al Ecuador pero la persona no tiene RUC ni licencia de importador?**

Son casos muy comunes, el comercio electrónico hoy en día, gracias a la globalización es muy fácil hacer una compra por internet, lo que se recomienda es verificar que la tienda esté legalmente constituida, que sea una empresa seria, que maneje un idioma conocido es decir, que sea confiable para evitar inconvenientes como el reembarque, hay que recordar que el desconocimiento no exime de responsabilidades.

Cuando la mercancía llega al control aduanero, los usuarios se presentan con las novedades del trámite de nacionalización, en este caso llegan a los depósitos de turno en Quito o Guayaquil los cuales funcionan todo el año. El importador o comprador tiene treinta días para regularizar desde la fecha que entró al depósito sino la mercancía cae en abandono tácito. Hay que recordar que en el caso de Courier se permite importar hasta dos mil dólares y hasta 50kl y si sobrepasa estos límites ya no se puede nacionalizar por Régimen de Excepción, ya es carga normal y se debe declarar bajo el Régimen 10 A Consumo.

### **¿Nos puede hablar sobre la Tasa de Control Aduanero?**

La tasa tiene un fin recaudatorio, si bien es cierto hace un tiempo existían las salvaguardias y se extendieron hasta dos años. Las salvaguardias son medidas de defensa temporal conforme a la Comunidad Andina, la Organización Mundial de Aduanas y la Organización Mundial de Comercio. Entonces, es complicado que este año el país vuelva a aplicar otra salvaguardia o que quiera incrementar aranceles a ciertos productos; nuestra legislación dice que los tributos al comercio exterior son los derechos arancelarios (advalorem, específico y mixto), los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias (IVA, ICE, FODINFA) y las tasas por servicios aduaneros, las cuales serán regularizadas, creadas o eliminadas por el SENA, por lo tanto no necesitan ningún aval de la OMC o CAN sino basta que el Director General suscriba la respectiva resolución.

En ese sentido se crea la nueva tasa que se aplica al control anterior, concurrente y posterior y el cálculo, según la resolución, será diez centavos por el resultado de la división del peso neto en gramos dividido para la unidad de control la cual depende de la subpartida para lo cual es necesario el ingreso al Ecuapass. Esta tasa es independiente para el cálculo de tributos, no es parte de. Finalmente, se ha escuchado decir a los importadores que la tasa es alta y que por un contenedor de cuarenta pies se paga alrededor de mil a tres mil dólares.

#### **4) Entrevista la Ing. Nuria Maldonado, Directora Regional de Correos del Ecuador CDE E.P.**

### **¿El envío de paquetes internacionales ha aumentado dado el comercio electrónico?**

Si, las compras que realizan las personas mediante comercio electrónico han aumentado en este último año, la última estadística que tenemos indica un incremento del 365% durante el último año, la mayoría de compras que realiza la gente es proveniente de China y Singapur.

### **¿Y estas compras son con fines personales o comerciales?**

Como Correos del Ecuador no tenemos una estadística de esa situación, pero generalmente lo que se trae a través de comercio electrónico al país es para uso personal. La Aduana es la institución encargada de identificar si un paquete tiene finalidad comercial en el acto de aforo.

### **¿Qué ventajas existen al traer un paquete mediante Correos del Ecuador frente a un Courier privado?**

Correos del Ecuador trae los envíos provenientes de cualquier parte del mundo adquiridos a través de comercio electrónico que lleguen al Ecuador y que tenga convenio con la Unión Postal Universal, por ejemplo, nosotros tenemos paquetes provenientes de plataformas como Wish o Alibaba que vienen obligatoriamente por Correos del Ecuador ya que no existe la opción de elegir el Courier. En el caso de Amazon si es que los proveedores envían a Ecuador mandan por medio de Correos del Ecuador asimismo EBay.

### **¿Qué medidas ha tomado Correos del Ecuador para hacer frente al incremento de envíos de paquetería internacional?**

Este incremento se debe principalmente a las compras mediante comercio electrónico y ha desbordado nuestro servicio el cual se refleja en retrasos de entregas. En realidad el principal servicio de la empresa es postal no es tanto de paquetería, entonces lo que se ha hecho es tratar de seguir con el servicio y desde el primero de octubre se estableció el cobro de tres dólares con cincuenta y un centavos por cada paquete recibido de comercio electrónico con el fin de ayudar al proceso operativo.

### **¿Cuáles son los principales problemas que los usuarios tienen al utilizar Correos del Ecuador para envíos internacionales adquiridos a través del comercio electrónico? Interviene encargada de Servicio al Cliente.**

El correo postal debe ser utilizado únicamente para fines personales, lastimosamente las personas abusan de esto por la viveza criolla, dado el boom de las compras en internet las personas realizan compras en páginas que si bien es cierto son muy económicas pero no están utilizando para fines personales sino la mayoría con fines comerciales esto ha provocado un gran ingreso de paquetes en comparación con el año 2016 ya que se han sextuplicado.

Dentro del sistema 4x4 (no más de cuatro kilos ni cuatrocientos dólares) hay paquetes que pueden pesar quinientos gramos y costar no más de ocho dólares pero contienen quinientos chips de computadoras entonces, por sentido común tiene fines comerciales. Ese tipo de casos ocasionan inconvenientes en la Aduana primeramente por lo que se ha creado una nueva tasa de tres dólares con cincuenta y uno.

También existen problemas cuando se trae cosas no permitidas como por ejemplo chocolate debido a que somos un país productor de cacao no se puede traer ese producto, así como shampoos, perfumes, suplementos alimenticios y ropa usada está prohibido traer. El problema realmente es el desconocimiento de la ley y las restricciones existentes. Además de que por tratar de evadir impuestos o formalidades no se hacen importadores y por correo únicamente se puede enviar hasta treinta kilos.

En cuanto a las demoras en las entregas de los paquetes se debe a la falta de personal, al corto presupuesto de la empresa y a la gran cantidad de paquetería que llega al país.

##### **5) Entrevista a la economista Carolina González, encargada de envíos de Clientes Corporativos de DHL**

**¿Existen empresas locales que hagan sus importaciones por DHL, a través del comercio electrónico?**

Hay algunas empresas que sí hacen sus compras electrónicamente, por ejemplo Pat Profit, una empresa que vende equipos ambientales, que a su vez esta compra por páginas web como Amazon, EBay, entre otras.

Los clientes corporativos tienen una cuenta en DHL y nosotros como DHL les ofrecemos crédito en los fletes, es decir ellos piden a sus proveedores todo lo que quieran pedir y cargan el costo del flete a su cuenta, que vendría a ser como un pago con tarjeta de crédito.

El problema es que cuando se compra en Amazon o EBay, ellos entregan los productos en una dirección determinada y no es posible que se entregue directamente en la oficina de DHL. Entonces, lo que hacen los clientes que compran electrónicamente es enviar a algún familiar o conocido en Estados Unidos, estas personas colocan todo en un solo paquete y de esta manera lo envían por DHL. En otras ocasiones los clientes tienen

una bodega en Miami, en donde su mercadería es consolidada y traída al Ecuador, esa es la gran mayoría de los casos.

Cuando se compra directamente en una página es complicado con DHL, debido a que no tienen estas páginas una dirección física en la cual recoger el producto, ya que DHL hace un servicio puerta a puerta y es indispensable retirar los productos de una dirección. Si compran directamente al proveedor, ahí sí se puede porque el proveedor hace una llamada a DHL, otorga el número de cuenta del cliente y se procede a retirar de la oficina del mismo.

Cuenca es una ciudad mucho más importadora que exportadora, el 70% de mis clientes (los clientes corporativos con los que la Economista González trabaja) son importadores y el 30% son exportadores.

**¿Ha habido un incremento en las importaciones en línea, según las compras que han sido enviadas por DHL?**

En 2017 sí hubo de hecho un incremento, sin embargo una de las principales razones fue que el 2015 fue un año bastante malo. Los clientes que más han llegado a comprar por internet son los clientes que compran artículos tecnológicos, hay muchísimos clientes que importan estuches de celulares, pantallas y accesorios en general de celulares. También existen empresas que se especializan en hacer importaciones con la gente que no sabe, desde conseguir el proveedor y los productos que el cliente requiere hasta el final de la importación. En 2017 sí hubo un incremento de las importaciones en general en más o menos en un 10%, en la ciudad de Cuenca. En número de importaciones se creció un 32%, por lo que no se ha crecido en peso sino en cantidad de estas. Pero la mayoría de clientes no compra por internet debido al problema de que las páginas no cuentan con direcciones físicas.

Las páginas de internet como Amazon, venden sus productos con el costo del flete ya cancelado, entonces las empresas grandes hacen que les manden sus paquetes a Miami, consolidan y traen a Ecuador, porque es más barato.

**¿Hay clientes de DHL que traigan sus productos sin indicar que estos tendrán un fin comercial, y sin embargo los vendan? (Haciendo referencia al uso del régimen de excepción de 4x4)**

Sí existen algunas personas que hacen eso, por ejemplo tenemos un cliente que trae de China zapatos deportivos para jugar fútbol, pupos, trae estos dentro del régimen de 4x4. Como se pueden traer 5 importaciones por año por persona, él trae a nombre de sus distintos parientes durante el año para poder abastecerse de bastantes productos. El porcentaje de arancel de los zapatos es del 30% entonces a él le resulta mucho más barato pagar los \$42 que cuesta el envío, que los impuestos que debería pagar aquí. No obstante, sí ha bajado muchísimo este tipo de actividad.

### **¿Cuál es su opinión de la tasa de servicio de control aduanero?**

El problema de esta tasa es que empieza a regir desde el 15 de enero de 2018 y desde que surgió como propuesta hasta que ya se deseaba hacer su implementación, no se tenía nada establecido en cuanto a la misma. El ECUAPASS no tenía forma de calcularla, es más los importadores hasta este momento no saben a ciencia cierta cuánto les va a costar. Yo tengo muchos clientes que me han dicho que van a subir el 5% al costo de sus productos.

Nosotros como DHL sí damos asesoría a los clientes en ese tema. El cobro de esta tasa está exento para las categorías de Courier A, B y E. La A es para los documentos, la B es el 4x4 y la E que son medicinas y equipos médicos. Para las categorías C, D y F el cobro se realiza mediante una fórmula y el cobro de esta tasa puede tener un valor máximo de hasta \$700. El problema de la tasa es que la Aduana puso un link para que el importador ingrese y pueda ver cuál es la unidad de cálculo para el producto que quiera importar, según su partida arancelaria. Sin embargo, según les he oído a los clientes, ese link no ha estado funcionando y según entiendo la unidad de control está bastante difícil de calcular. Debido a esta dificultad que representa el cálculo de la tasa, la mayoría de importadores no tiene un plan en cuanto a lo que harán con respecto a la misma y el incremento que pueda tener esta en el costo de sus importaciones, entonces la mayoría optará por subir un porcentaje del costo del producto y eso al final termina siendo asumido por el consumidor. Lo que esto crea en la gente es incertidumbre y desmotivación en cuanto a los productos importados

## **6) Entrevista al Ingeniero Comercial Antonio Torres**

### **¿Después de que surge la necesidad de importación de cierta mercancía, cómo se procede?**

Se genera una orden de pedido al proveedor, después se genera una orden embarque, según las características con las que el importador quiere que la mercancía sea importada. Por ejemplo en el caso de alimentos se tienen que pedir los permisos previos, una vez con estos en el país, uno puede proceder a tramitar los permisos internos como los fitosanitarios. A partir de esto la mercadería puede proceder a ser embarcada, para esto hay que conseguir una fecha de booking en una naviera, el primer semestre del año será más fácil conseguir un cupo, mientras que el segundo se complica más por la Navidad y festividades de año nuevo.

### **¿Quién puede realizar los trámites del embarque de la mercancía?**

Existen forwards o agentes que son capaces de conseguir cupos con las distintas navieras. Lo importante es poder empatar la producción de las mercancías a importar, con el cupo que se tiene en la naviera, el momento en que termina la producción es el ideal, con el que debe coincidir el cupo que se tiene en la naviera.

### **¿De qué manera usted puede buscar a sus proveedores?**

Haciendo una búsqueda del producto en la web, posteriormente se entra a las distintas páginas que ofrecen los productos. Una vez en la página hay que buscar el lugar en donde diga “Haga negocio con nosotros” o “Contáctenos”, de esa forma entrar en contacto con el encargado de ventas del sitio en cuestión y empezar los trámites de negociación. Primeramente hay que pedir que envíen muestras de los productos que uno necesita, inicialmente estos proveedores enviarán muestrarios digitales, sin embargo, si se llega a una segunda etapa de negociación sí es posible que estos hagan el envío de muestras físicas. Con las muestras se puede discutir cualquier característica del producto, cualquier cambio que se tenga que hacer. Generalmente los envíos de muestras son gratis, corren a cuenta del proveedor. Existe un gran problema con los proveedores chinos, suele pasar que después de que ellos hayan hecho el envío de las muestras y el importador haya aceptado el producto con las características de la muestra, en el momento del envío de la mercancía, son productos totalmente diferentes a los de la muestra. Con estos proveedores las 2 o 3 primeras compras suelen ser un problema, por la falta de concordancia de los productos que son efectivamente enviados, a los que se enviaron en calidad de muestra.

### **¿De qué forma se hace el pago de las mercancías?**

Después de que se hace la orden de compra, se emite una carta de crédito, hay que anticipar la carta de crédito antes del arribo de la mercancía. Para el arribo al país de destino de la mercancía hay que establecer una fecha y hora específica de llegada de la misma, un “deadline”.

### **¿Cuáles cree usted que son las ventajas y las desventajas de hacer importaciones mediante comercio electrónico, haciendo uso de plataformas virtuales como Alibaba?**

El principal problema de hacer este tipo de compras es que se dan casos en los que el producto que uno compra en la página es diferente a lo que en la página se muestra del mismo, tiene diferentes características. Es por eso que hay que fijarse en los comentarios que hacen los usuarios en la página acerca del producto que uno desea importar. Otro elemento que hay que tomar en cuenta es si el proveedor de dicho producto ofrece o no garantía del mismo, sobre todo cuando se trata de productos grandes como maquinarias. Por ejemplo Amazon es una página que no se responsabiliza sobre los productos que vende, simplemente es un facilitador logístico. Es por lo mismo que tanto en Alibaba como en Bestbuy o cualquiera de estas páginas, si el proveedor del producto ofrece garantía sobre el mismo, es mucho más recomendable hacer la compra del mismo. Muchas veces cuando uno compra maquinaria en este tipo de plataformas, el proveedor manda un técnico especializado en la instalación y ensamblaje de la máquina, asegurando así que la misma funcione, además que para el mismo esto constituye un requisito básico para poder ofrecer una garantía. Después de que el técnico enviado firme una autorización de funcionamiento de la máquina en el país de destino, corre la garantía; cabe recalcar que el pago que se le hace al técnico por sus servicios, corren por cuenta del importador. No es aconsejable importar mediante estos medios máquinas demasiado complejas como son las vaciadoras de plástico por ejemplo, sin embargo una máquina de coser o ese tipo de artículos sí.

El e-commerce funciona bastante bien en plataformas de supply chain management con empresas de aprovisionamiento de repuestos por ejemplo. Cuando el stock de estos repuestos llega a un punto mínimo, automáticamente se hace el pedido de los repuestos

a la matriz; pero eso son plataformas internas de cada empresa, al menos que se recurra a plataformas internacionales.

**¿Cree usted que se ahorran algunos pasos en el proceso de importación, al hacer uso del e-commerce?**

Claro que sí, se dan muchas facilidades. Este ahorra cientos de miles de dólares por las ventajas logísticas que este brinda, las facilidades de envío, de pago y de búsqueda de proveedores. Se pueden conseguir productos no muy complejos y comprarlos, cuando se trata de productos simples, al ser productos más complejos sí es recomendable ir directamente a donde se encuentre el proveedor y su empresa y constatar todas las características del producto. El e-commerce aun no reemplaza el 100% de la gama de productos que se pueden encontrar en tiendas físicas. Este tipo de comercio sí es confiable para una gama de productos, en los cuales no se exige mucha garantía o no se exigen devoluciones.

El comercio electrónico está mucho más desarrollado en algunos países que en otros países, y por eso en esos funciona mucho mejor, como es en Estados Unidos. En Ecuador no está muy desarrollado este tema, sin embargo hay empresas que sí han conseguido llevarlo a cabo, como es DePrati.

## **7) Entrevista al Dr. Jaime Moreno Director Legal de la Cámara de Comercio de Cuenca**

**¿Cuál es el grado de desarrollo del comercio electrónico en la ciudad de Cuenca?**

El comercio electrónico está ya inserto en el mundo y estamos ya en lo que es la sociedad de la información, en una economía del conocimiento. Lamentablemente nuestro país por distintas aristas no está a la vanguardia ni al día en esto. La Cámara de Comercio de Cuenca hace un esfuerzo permanente para lograr que existan más transacciones a través de comercio electrónico. La Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos indica que cualquier actividad que utilice algún soporte electrónico o en su totalidad lo utilice, ya constituye comercio electrónico. Entonces, haciendo una interpretación amplia, el hecho que yo utilice el correo electrónico para establecer contacto, que google el producto, ya implica que se está haciendo uso de este tipo de comercio. Sin embargo, las directrices que tenemos

en el país sí están complicando mucho la actividad, tenemos impuestos que no tienen razón como es el impuesto a la salida de divisas, ya que este al final logra que se encarezca el producto. Por otra parte, existen muchas regulaciones técnicas al momento de desaduanizar cualquier mercancía.

Concretamente en Cuenca sí se utiliza el comercio electrónico con las distintas redes \_ de una década pasada a los 80 sí tienen resistencias aún, en cambio para quienes son nativos en la sociedad de la información, es algo absolutamente claro. Sí nos hace falta en la seguridad en cuanto a este comercio, seguir innovando; en Cuenca tenemos algunas empresas que innovan y van a la vanguardia, como las plataformas de pago del tipo de Paypal o las plataformas de comercio como Compras\_EC, entre otras, son plataformas que las estamos impulsando con la Cámara de Comercio de Cuenca. Con esto cada día el comercio electrónico va a tener más desarrollo, sería mucho más fácil si contáramos con facilidades transaccionales. Hace falta educar a la gente en cuanto a este tema, sí han ocurrido problemas de suplantación de identidad, de estafa, por medio de redes electrónicas, se tiene que aprender la manera correcta de hacer comercio electrónico formal y seguro. Los cambios no se dan por obligación solamente sino por convicción, nos falta mucho por aprender y por educar, pero la legislación ecuatoriana no es la mejor para esto. Cuenca sí tiene ventajas y posibilidades pero no las estamos aprovechando porque no hay una directriz desde lo público en la política cantonal que haga esto posible, a pesar de haber creado el Consejo Cantonal, una comisión permanente de gobierno electrónico, que se entiende que busca, no tan solo un funcionamiento interno dentro del municipio, sino que vincule la actividad privada.

### **¿Hace falta regulación sobre el comercio electrónico en el Ecuador?**

Quienes estamos en el sector privado, tenemos como máxima la siguiente premisa: “Todo lo que no esté prohibido, está permitido”. Lo bueno del sector privado es que es capaz de hacer muchas cosas sin necesidad de muchas regulaciones, lo que se necesitan son otras condiciones para poder trabajar. En el Ecuador existen costos que son excesivos y si se quiere hacer importaciones a través del comercio electrónico o de cualquier otro modo, y se hace por la vía formal, existen costos que no tienen razón de ser, por ejemplo lo diez centavos que ahora pide la Aduana. Lo que se está logrando es que la gente no traiga cosas del exterior por la vía formal: pagando impuestos, pagando patentes, teniendo trabajadores que están debidamente afiliados, pagando

servicios básicos; sino del contrabando. Se genera en la sociedad una cultura que no respeta la ley, por tratar de ahorrar ciertos costos, los costos entre productos son realmente incomparables.

Las regulaciones que existen son básicas, si recordamos la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, esta ley toma el modelo UNCITRAL que es el de Naciones Unidas, un modelo bastante básico y que mejor que en ciertas áreas, redes sociales y demás, se vaya autorregulando, no creo que haya que legislar. Hay avances que se están haciendo, por ejemplo en el Centro de Mediación y Arbitraje de las Cámaras de Producción del Azuay, se están creando cyber tribunales para poder hacer mediaciones utilizando las tecnologías de la información y la comunicación, como ya hay en Perú y muchos otros lugares. Nos hace falta mucho, Etapa por ejemplo ha hecho una inversión en un data center, que es una inversión de ocho millones de dólares que está subempleada, entonces si no vamos de la mano con la educación y la formación para generar un sistema, de nada sirve comprar ni software ni hardware.

**¿Tiene usted conocimiento de alguna empresa ecuatoriana privada que utilice plataformas de comercio electrónico para realizar distintas tracciones como buscar proveedores o comprar directamente productos?**

Sin duda sí existen, el internet es utilizado para todo. Cuenca está inserta en el mundo, hay negocios e industrias locales que están exportando de esta manera. Existen sitios que realizan este tipo de cosas, ya sean B2B, B2C, todas las modalidades existen, pero podríamos aumentar y mejorar.

**¿Ha tenido contacto con la Cámara de Comercio Electrónico ecuatoriana, conoce de su funcionamiento?**

No hemos tenido contacto con ellos, sin embargo estuve entre los fundadores de la asociación que se creó en Cuenca de Derecho Informático, que era una institución creada desde la perspectiva jurídica para quienes estamos dentro de esa área. Pienso que está bien que se dé la iniciativa de crear una Cámara de Comercio Electrónica, pero hasta donde sé, está muy incipiente, es una idea que aún debe madurar, sería bueno si llegaría a desarrollarse, pero aún le falta bastante. El comercio electrónico está presente en el mundo y se deben aprovechar sus ventajas que deberíamos aprovechar, es bastante más rápido, es amigable con el medio ambiente, ayuda a

reducir costos. Lo que hace falta es desarrollar la parte jurídica de este, pocas páginas tienen términos y condiciones de uso, casi ninguna página hecha aquí tiene políticas de privacidad, se vende informalmente a través de redes sociales como es el grupo de Facebook Mujeres Cuenca.

### **¿Este tipo de comercio, afecta el comercio local formal?**

En la suma general, no es algo que afecte porque no es una cantidad demasiado grande, sin embargo el problema del comercio informal es que es contrabando. Los costos de las importaciones y la inseguridad jurídica que tenemos, está generando eso, los costos en el Ecuador no son competitivos y la gente prefiere ahorrar. Se ha visto en los últimos años, en la frontera norte y sur, que la gente va a comprar distintos artículos como útiles escolares, computadoras, llantas, etc. En Cuenca se sabe que hay contrabando, por ejemplo licores a consignación; con el acuerdo comercial con la Unión Europea esperamos que estos precios bajen para que ya no se dé este contrabando. Lo que está haciendo el Estado es un mal negocio, por cubrir un problema pequeño, está cambiando la cultura de cumplir la ley a la gente

### **¿De qué manera las plataformas de comercio electrónico locales podrían llegar a internacionalizarse?**

Actualmente estas plataformas están experimentando un crecimiento normal, lo que están haciendo este tipo de plataformas es sacar adelante una iniciativa, pero para que crezcan y vayan más allá de las fronteras, se tiene que invertir y acelerar recursos, porque existe una competencia creciente en el mundo. Las tecnologías de la información y la comunicación no tienen fronteras, y uno adquiere el producto o servicio que le resulte mejor y más conveniente. Se deberían hacer alianzas con empresas de internet más grandes, para poder dar competencia si se quiere sobrevivir en el tiempo.

### **¿Qué plataformas utilizan más los socios de la Cámara de Comercio de Cuenca para hacer transacciones por comercio electrónico?**

Esencialmente las que tienen disponibles: Facebook. Para comprar sus productos, en cuanto a plataformas como Alibaba, Aliexpress, lo utilizan personas que hacen poco comercio, nuestros socios ya tienen definidos sus proveedores; muy pocos son los importadores directos, ellos son comerciantes, generalmente compran sus productos a

un importador para venderlos después. Existe mucho desconocimiento en cuanto a las ventajas que puede prestar el e-commerce. De hecho hay muchas personas que acuden a la Cámara de Comercio para que se les ayude a empezar a ser los importadores directos de sus productos, no tan solo los comerciantes, para justamente poder competir y abaratar los costos, pero no tienen los conocimientos y soporte necesario para saber cómo llevar a cabo una importación.

### **¿Qué limitaciones existen para el comercio electrónico en el país?**

Hay demasiados controles y pocos incentivos, por ejemplo en Estados Unidos cuando se hacen ventas por internet, no se pagan impuestos como el IVA, por eso es que ese tipo de comercio es tan difundido en ese país. Se compran hasta artículos básicos como detergentes mediante una aplicación o en una página web y el mismo estaría llegando en cuestión de dos horas a la casa del cliente. Aquí no existe eso, primeramente no está en la cultura de compra de la gente comprar en línea, siguen prefiriendo una tienda física donde los productos ofertados sean tangibles. Sin embargo, si se compra por internet en tiendas internacionales como Amazon productos como ropa o zapatos, eso se está volviendo ya una costumbre, el problema es que si una tienda local como es por ejemplo Bazar La Victoria ofrece productos mediante una página web, la gente no tiene confianza.

Otro gran problema en cuanto a las importaciones de todo tipo, que tuvo el gobierno anterior fueron las salvaguardias, estas tenían como objetivo proteger la industria nacional, sin embargo estaban protegidos también productos que no producimos, entonces el gobierno los calificó como suntuarios. Se llegaron a proteger hasta ciertos instrumentos musicales y útiles escolares, sin mencionar a los productos tecnológicos.

A parte de los incentivos, que deberían venir por parte del sector público, el sector privado no presta mucho apoyo en el ámbito financiero. La gente cuando compra por internet tiene que tener un medio de pago y conseguir que se instale un botón de pago en una página de internet es demasiado costoso, incluso para los negocios grandes. Muchas páginas de comercio electrónico al momento de cobrar, terminan haciendo la transacción física, la banca privada pudiera liberar de cierta manera esta restricción dando facilidades.

Los negocios no están preparados aquí en el país para atender a clientes electrónicos, no se cuenta con la logística necesaria para la entrega del producto, para el manejo del producto. Un ente como la Cámara de Comercio debe integrar a los actores financieros, comerciantes y operadores de logística, los tres deberían trabajar conjuntamente, estableciendo ventajas para todos. Hay que mejorar los temas de servicio al cliente, facturación electrónica, desarrollo de páginas, logística, y la Cámara de Comercio está empezando a ser un soporte en cuanto a esto.

### **¿Qué piensan ustedes de la nueva tasa aduanera?**

Primeramente no entendemos por qué la Aduana, que está 150 años trabajando y que ya tiene dentro del presupuesto general del Estado, los recursos que necesita para funcionar, ahora va a cobrar diez centavos por hacer lo que ya ha venido haciendo. Es como que el SRI cobre diez centavos más, simplemente por cobrar. Segundo, la tasa técnicamente es la contribución para el beneficio de un servicio determinado, el impuesto es algo indeterminado, cuando se paga un impuesto no se sabe si el dinero recaudado irá a seguridad, educación, vialidad, en fin; una tasa es por algo puntual y ¿Qué es lo puntual? Es una desesperación recaudatoria. Esto nos quita la seguridad jurídica, esta es la que nos da confianza y permite que existan relaciones de cualquier tipo. Esta seguridad no es solamente tener normas claras, sino estables en el tiempo, con la tasa se elimina esta seguridad jurídica. Si alguien invierte en el Ecuador y existen este tipo de medidas, uno va a querer retirar su capital de aquí. Por otro lado, el peso, dentro del cálculo de la tasa, no tiene lógica la manera en la que este es medido: si tengo un ventilador de plástico y uno de metal, el de metal va ser mucho más caro porque pesa más. Esta tasa realmente no tiene más que un afán recaudatorio. La Aduana ha empezado a confrontar con las personas que ya están cumpliendo la ley, cuando debería estar apoyándoles, porque el sector privado tiene un rol que es generar la riqueza pública y privada, ya que el sector público no genera recursos, los administra. Al fin y al cabo lo que logra la tasa es encarecer los productos y el consumidor final tiene que pagar por las consecuencias y por otro lado esta tasa ahuyenta la inversión tanto nacional como extranjera, los ecuatorianos están invirtiendo más en otros lados que en Ecuador.

## **8) Entrevista al gerente nacional de compras de Marcimex, Ing. Juan Francisco Vanegas**

El 100% de importaciones de Marcimex son directas, es decir se le compra directamente al fabricante, usualmente de China, Corea y Japón. Todo es manejado netamente con el proveedor, las importaciones, los permisos de importación, la nacionalización.

En cuanto a la forma en la que buscan sus proveedores, mencionó tres alternativas:

- La primera es visitando las distintas ferias internacionales, en este caso en China, en la ciudad de Cantón, que es una de las ferias más grandes, esta se hace por lo general en el mes de octubre o fines de abril, ahí están todos los expositores a nivel mundial y sobretodo productores chinos.
- La segunda alternativa de búsqueda de proveedores es a través de los manifiestos de importaciones del Ecuador. Por ejemplo si se necesita una caja musical, buscan a través de los manifiestos aduaneros de carga quienes han importado cajas musicales y de esa manera puedo identificar quien ha sido el proveedor de los mismos. Posteriormente hay que ponerse en contacto con el proveedor.
- La tercera alternativa son las plataformas pagadas, como el caso de “Ariba”, que son plataformas de búsqueda de proveedores, en donde simplemente se busca el producto que se necesita, según sus características, y ahí se pueden ver todos los proveedores a nivel mundial del mismo, siempre y cuando estos hayan pagado para constar en esta lista. Es una plataforma pagada con la que uno siempre puede tener la seguridad de que los proveedores sean de confianza y que entreguen productos de calidad.

En cuanto a la posibilidad de que Marcimex pueda optar eventualmente por importar productos a través de una plataforma virtual directamente, afirmó que no es algo que se pueda saber con certeza, ya que depende de qué tipo de productos. En el caso de Marcimex, importan productos de determinadas marcas LG, Samsung, Sony, Panasonic, y por lo mismo ellos acuden directamente donde el productor, no a un intermediario, porque son marcas que ya están desarrolladas. El opina que si fuese un negocio más pequeño, no de la magnitud de Marcimex, podría ser una opción para ellos, principalmente porque los productos que importan son grandes y complejos.

En cuanto a los problemas recurrentes que Marcimex tiene como empresa al hacer las importaciones tradicionales, el ingeniero mencionó que el principal es el problema de los tiempos de producción en China. China tiene una sobre demanda porque todo el planeta compra a este país, entonces los cupos de producción son bastante disputados entre los compradores. El proveedor chino, por sí, no es muy cumplido en su producción, entonces las fechas de embarque y la entrega de los productos generan un gran inconveniente.

El segundo problema es el hecho de que el Ecuador tiene una normativa de importación muy compleja, entonces para poder traer un producto, este tiene que pasar pruebas y los productos deben cumplir con cierta normativa específica. Lo cual obstaculiza el proceso de importación.

Por otro lado está el tema de aumento de aranceles, que a fin de cuentas no afecta al importador como tal, sino al cliente final, que es quien termina pagando eso.

Acerca de la nueva tasa de la Aduana, él opina que en un inicio, con la forma en la que estuvo calculada, iba a ser una especie de salvaguardia más. Sin embargo, con la modificación que se hizo, se espera que afecte menos, inicialmente iba a afectar entre un 9 y un 10% al costo de los productos de Marcimex. Se espera que afecte menos, a pesar de que tiene bastante relación con el peso del producto, y sus productos al ser electrodomésticos son bastante grandes, el costo de los mismos está subiendo en promedio de 2 a 3 dólares. No es un impacto fuerte en los precios al consumidor, sin embargo ellos esperan es que esta tasa sí permita controlar el contrabando, que se supone que es su objetivo. Cabe recalcar que existe bastante contrabando de electrodomésticos en el país, que viene principalmente de la Colombia y Perú. Ellos esperan que el dinero recaudado no vaya únicamente a arcas fiscales por un tema de déficit fiscal, porque de esta manera no se estaría cumpliendo con un control efectivo del contrabando. Entonces, en teoría opina que estaría bien esta tasa, siempre y cuando, se mantengan estos porcentajes que todavía siguen siendo bajos. Lamentablemente no hay un decreto en el que se definan las unidades de control de esta tasa, sino una vez que uno importa, en el Ecuapass se conoce cuál es el porcentaje, hoy por ejemplo en el caso de motocicletas es de cinco mil puntos, pero no se sabe si mañana esto pueda subir y bajar, hay gran inestabilidad en cuanto a eso. No existe un marco jurídico que esté definido prolongadamente en cuanto a esto.

El ingeniero Vanegas, afirma que la forma en la que manejan inestabilidad en cuanto a la tasa aduanera, o a los aranceles y la generación de nuevos pedidos de productos es algo complicado. En el Ecuador actualmente hay mucha especulación en cuanto al cambio de partidas arancelarias en 2018, pero no se sabe. Igualmente, es necesario estar abastecido de todos los productos porque Ecuador no produce ninguno de ellos. Lo consideran una lotería, y tienen que hacer sus pedidos poco a poco para que se pueda cubrir la demanda. Sin embargo, sí les ha pasado que han tenido algunos quiebres de inventarios, por ejemplo en el mes de diciembre de 2017 tuvieron un quiebre de inventarios de televisiones grandes porque importaron una cantidad determinada y el mercado demandó más, debido a rumores que afirman que el próximo año su precio subirá.

**9) Entrevista al Ingeniero Fernando Vélez, gerente de la empresa IMPORTEC y usuario del Courier DHL.**

Se entrevistó al Ingeniero Fernando Vélez, gerente de la empresa IMPORTEC y usuario del Courier DHL. El entrevistado comentó que hace regularmente (al menos 1 vez cada 2 meses) importaciones a través del régimen de Courier, sin embargo no siempre es el 4x4. Las importaciones que él realiza tienen un fin comercial y las hace generalmente en la plataforma electrónica Alibaba. La empresa IMPORTEC se dedica a la importación y comercialización de máquinas y repuestos para la extracción minera y según el Ingeniero nos comentó, los clientes, que son dueños de minas, suelen necesitar repuestos específicos en un tiempo determinado, para poder seguir con sus actividades, esto es generalmente cuando las máquinas necesitan cambios de piezas debido al desgaste. Debido a la inmediatez con la que los clientes requieren estas piezas, ellos deben pedir el envío de estos repuestos a proveedores chinos, que en la mayoría de veces han sido encontrados en Alibaba, e inmediatamente realizan el envío de estos por DHL. El entrevistado nos contó que en estos casos utilizan el servicio DHL express, y que nunca ha tenido problema con este servicio y que está satisfecho con los resultados que ha obtenido a partir de las importaciones realizadas de esta manera.