



Análisis del impacto del régimen aduanero de exportación por courier (r-94) en la internacionalización de las MIPYMES ecuatorianas, período 2015-2021

Trujillo Vivas, Yajaira Tatiana

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional

Trabajo de Titulación Previo a la obtención del Título de Licenciada en Comercio Exterior y Negociación Internacional

Lcdo. Machado Espinosa, Franco Agustín, MTR.

Sangolquí

08 de febrero, 2022

Reporte de la herramienta de verificación de similitud de contenidos



Identical Words	922
Words with Minor Changes	190
Paraphrased Words	179
Omitted Words	0

Firma:



Lcdo. Machado Espinosa, Franco Agustin, Mtr.

DIRECTOR

C.C.: 1102805221



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **“Análisis del impacto del régimen aduanero de exportación por courier (r-94) en la internacionalización de las MIPYMES ecuatorianas, período 2015-2021”** fue realizado por la señorita **Trujillo Vivas, Yajaira Tatiana** el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto, cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la “Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE”, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 8 de febrero de 2022

Firma:



Firma digitalizada por:
**FRANCO AGUSTIN
MACHADO ESPINOSA**

Lcdo. Machado Espinosa, Franco Agustín, Mtr.

C.C.: 1102805221



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo, **Trujillo Vivas, Yajaira Tatiana**, con cédula de ciudadanía n°1723114573, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Análisis del impacto del régimen aduanero de exportación por courier (r-94) en la internacionalización de las MIPYMES ecuatorianas, período 2015-2021”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 8 de febrero de 2022

Firma:

Trujillo Vivas, Yajaira Tatiana

C.C.: 1723114573



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, **Trujillo Vivas, Yajaira Tatiana**, con cédula de ciudadanía n°1723114573, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: "**Análisis del impacto del régimen aduanero de exportación por courier (r-94) en la internacionalización de las MIPYMES ecuatorianas, período 2015-2021**" en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 8 de febrero de 2022

Firma:

Trujillo Vivas, Yajaira Tatiana

C.C.: 1723114573

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mis padres Willian y Jacqueline, que me han apoyado siempre con dedicación y cariño durante toda mi carrera escolar y vida personal. Han sido el pilar fundamental, dándome la suficiente motivación para seguir luchando por mis sueños y poder culminar esta linda etapa que fue el comienzo de mi vida adulta.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por ser mis mentores, aconsejarme cada vez que cruzaba por alguna dificultad, ser mi soporte, nunca dejarme caer. Siempre estar en todo momento, comprenderme y darme todo el cariño posible.

Agradezco a mi hermana por compartirme su experiencia previa en la universidad, ayudándome adaptarme con mayor facilidad a este nuevo entorno, también a mi hermano, a pesar que todavía es pequeño, sabe cómo motivarme y mantenerme feliz en cualquier momento.

Agradezco a mis amigas por su condicional apoyo, por todas las experiencias vidas tanto en las aulas de clase y fuera de ellas, por su compromiso y responsabilidad en nuestra vida universitaria, la cuales nos hicieron disfrutar y aprender mucho en esta carrera.

Por último, pero no menos importante a mi tutor el Ing. Franco Machado, gracias a su guía, paciencia y tiempo brindado, lo cual me permitió avanzar con mi proyecto de investigación de la mejor manera posible.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Reporte de la herramienta de verificación de similitud de contenidos	2
CERTIFICACIÓN	3
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA	4
AUTORIZCIÓN DE PUBLICACIÓN	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN	16
ABSTRACT	17
CAPÍTULO I	18
Introducción.....	18
Planteamiento del problema.....	18
Justificación del estudio.....	18
Objetivos de la investigación	19
Objetivo general.....	19
Objetivos específicos	19
Marco teórico	20
Teoría de internalización	20
Teoría de recursos y capacidades	22
Marco referencial	23
Marco conceptual.....	25

CAPÍTULO II	27
Metodología de la investigación	27
Enfoque de investigación.....	27
Tipología de investigación	27
Por las unidades de análisis	27
Por el control de las variables	27
Por el alcance	27
Instrumentos de recolección de información.....	28
Procedimiento para recolección de información	28
Cobertura de las unidades de análisis	29
Procedimiento para tratamiento y análisis de información	31
CAPÍTULO III	32
Régimen 94 (exportación por mensajería acelerada o Courier).....	32
Historia del Courier internacional	34
Normativa internacional de la mensajería acelerada.....	36
Historia del Courier en Ecuador	44
Normativa nacional de la mensajería acelerada.....	46
Categorías de importación.....	48
Categorías exportación.....	50
CAPÍTULO IV	54
MIPYMES.....	54

	10
MIPYMES.....	55
Categorización de las MIPYMES	56
Categorización por sectores económicos	56
RUM (Registro Único de la MIPYMES).....	57
Programa Exportando.....	58
Estadísticas.....	59
Sector económico de las MiPymes	61
Distritos aduaneros.....	68
Países de Destino.....	70
Partidas arancelarias más importantes por el régimen 94	72
CAPÍTULO V.....	80
Análisis de la entrevista	80
Resultados de las entrevistas.....	82
Ideas para el fortalecimiento en la internalización de MiPymes.....	90
CAPÍTULO VI.....	95
Conclusiones y recomendaciones.....	95
Conclusiones.....	95
Recomendaciones	96
Referencias.....	98
ANEXOS	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Empresas que exportaron por Courier</i>	30
Tabla 2 <i>Categorías de las Mercancías</i>	40
Tabla 3 <i>Categorizas de importación</i>	48
Tabla 4 <i>Categorizas de exportación</i>	51
Tabla 5 <i>Países y productos principales (R-94)</i>	71
Tabla 6 <i>Partidas arancelarias principales del 2015 (R-94)</i>	73
Tabla 7 <i>Partidas arancelarias principales del 2016 (R-94)</i>	74
Tabla 8 <i>Partidas arancelarias principales del 2017 (R-94)</i>	75
Tabla 9 <i>Partidas arancelarias principales del 2018 (R-94)</i>	76
Tabla 11 <i>Partidas arancelarias principales del 2020 (R-94)</i>	78
Tabla 12 <i>Partidas arancelarias principales del 2021 (R-94)</i>	79
Tabla 13 <i>Personas entrevistadas</i>	80
Tabla 14 <i>Ideas para el fortalecimiento en la internalización de MiPymes</i>	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Evolución del Courier</i>	32
Figura 2 <i>Normativa del Courier</i>	33
Figura 3 <i>Proceso de exportación</i>	53
Figura 4 <i>Resumen de las MiPymes</i>	54
Figura 5 <i>Categorización de las MiPymes</i>	56
Figura 6 <i>Empresas exportadoras (Régimen 94), según el valor FOB</i>	59
Figura 7 <i>Evolución del valor FOB de las MiPymes</i>	60
Figura 8 <i>MiPymes exportadoras del régimen 94</i>	61
Figura 9 <i>Sectores económicos del 2015 (R-94)</i>	62
Figura 10 <i>Sectores económicos del 2016 (R-94)</i>	63
Figura 11 <i>Sectores económicos del 2017 (R-94)</i>	64
Figura 12 <i>Sectores económicos del 2018 (R-94)</i>	65
Figura 13 <i>Sectores económicos del 2019 (R-94)</i>	66
Figura 14 <i>Sectores económicos del 2020 (R-94)</i>	67
Figura 15 <i>Sectores económicos del 2021 (R-94)</i>	68
Figura 16 <i>Distritos Aduaneros (R-94)</i>	69
Figura 17 <i>Países de destino (R-94)</i>	70
Figura 18 <i>Códigos de la entrevista Atlas. Ti 9</i>	81
Figura 19 <i>Red de Fortalezas</i>	83
Figura 20 <i>Red de Oportunidades</i>	84

Figura 21 <i>Red de Debilidades</i>	85
Figura 22 <i>Red de Amenazas</i>	86
Figura 23 <i>Red de Internalización</i>	89

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

AFC: Acuerdo de Facilitación del Comercio

ALCA: Área de Libre Comercio de las Américas

ASEMEC: Asociación Ecuatoriana de Empresas de Mensajería Expresa y Courier.

COPCI: Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

DAS: Declaración aduanera simplificada

FOB: Free On Board- Libre a bordo

GYE: Guayaquil

IATA: Organización Internacional de Transporte Aéreo

ISO: Organización Internacional para la estandarización

MPCEIP: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

OMA: Organización Mundial de Adunas

OMC: Organización Mundial de Comercio

RNE: Registro Nacional de Emprendimiento

RUA: Registro Único Artesanal

RUM: Registro Único de MiPymes

SENADI: Servicio Nacional de Derechos intelectuales

SRI: Servicio de Rentas Internas

SUPERCIAS: La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

UIO: Quito

UNDCP: Programa de las Naciones Unidas para el Control de Drogas

UPU: Universal Postal Union

RESUMEN

La internacionalización de las MiPymes es un fundamental para dinamizar la economía ecuatoriana, por lo cual esta investigación tiene como objetivo analizar el impacto del régimen aduanero de Exportación por Courier (r-94) en la internacionalización de las MiPymes ecuatorianas en el período 2015-2021. Para esto, se describe la historia y normativa tanto del Courier y las MiPymes, así mismo las políticas que regulan la exportación por mensajería acelerada. La metodología empleada es el análisis cualitativo, mediante el uso de la entrevista estructura, aplicada a 5 MiPymes que exportaron por Courier, las mismas que fueron analizadas en el software Atlas Ti.9, además, datos estadísticos que mostraron el comportamiento de las empresas exportadoras por el régimen 94 durante este periodo de tiempo. De los resultados obtenidos, los sectores económicos que más utilizan este régimen son el financiero y transporte, sin embargo, estos sectores no contribuyen a la economía, puesto que envían productos sin finalidad comercial. Por otro lado, las empresas optaron por este medio de exportación, debido a que es rápido y su proceso logístico es simplificado, igualmente que las mercancías objeto de exportación no superan el límite establecido por el gobierno. Finalmente, se propusieron mejoras para que las micro, pequeñas y medianas empresas utilicen este medio de exportación, siendo las más importantes la creación de un catálogo digital promocionada por el gobierno, en la cual estas instituciones tengan la oportunidad de ofertar sus productos en el extranjero; mayor difusión de la información del programa “Exportando” y la creación de redes comerciales.

Palabras clave:

- **MENSAJERÍA ACELERADO O COURIER (RÉGIMEN 94)**
- **MIPYMES**
- **INTERNALIZACIÓN.**

ABSTRACT

The internationalization of MIPYMES is fundamental to boost the Ecuadorian economy. That is the reason why this research aims to analyze the impact of the Export by Courier (r-94) on the internationalization of Ecuadorian MIPYMES in the period 2015-2021. In order to meet this objective, the history and regulations of both the Courier and the MIPYMES are described, as well as the policies that regulate the export by Courier messenger and rapid delivery service. The methodology used is the qualitative analysis through the use of the structured interview which was applied to 5 MIPYMES that exported by Courier. These ones were analyzed in the Atlas Ti.9 software as well as statistical data that showed the behavior of the exporting companies by Courier during this time period. Based upon the results obtained, the economic sectors that use this regime the most are finance and transportation; however, these sectors do not contribute to the economy since they send non-commercial goods. On the other hand, the companies opted for this means of export because it is fast, its logistics process is simplified and the goods to be exported does not exceed the limit established by the government. Finally, improvements were proposed for micro, small and medium-sized companies to use this means of export. The most important of which was the creation of a digital catalog promoted by the government in which these institutions have the opportunity to offer their products abroad, greater dissemination of information on the "Exportando" program and the creation of commercial networks.

Key words:

- **COURIER MESSENGER AND RAPID DELIVERY SERVICE**
- **MIPYMES**
- **INTERNALIZATION**

CAPÍTULO I

Introducción

Planteamiento del problema

En la actualidad, las MiPymes que exportan sus productos al mercado extranjero por mensajería acelerada o Courier son muy pocas, debido a la falta de información, sobre el régimen 94, puesto que consideran que requiere una inversión alta para poder enviar la mercancía.

Para que las MiPymes lleguen a la internacionalización es necesario tomar en cuenta aspectos internos y externos de la empresa, es decir, realizando un análisis de FODA. Las MiPymes deben analizar cuál va a ser su mercado objetivo, en qué lugar se encuentra, tiene demanda el producto, cuáles son las rutas por las cuales se va enviar la mercancía, que permisos necesita para exportar, cuáles son los requisitos que solicita el país de destino, entre otros.

Actualmente, la situación sanitaria que está atravesando el mundo por el covid-19, ha obligado a las MiPymes adaptarse a las nuevas tendencias, por lo que el objetivo de esta investigación es analizar el comportamiento de las MiPymes que exportan y dar recomendaciones que puedan impulsar la internacionalización de las mismas.

Justificación del estudio

Las MiPymes son el motor principal en la industria ecuatoriana, puesto que, estas organizaciones contribuyen en gran medida a la economía nacional. Por tal razón, es imperativo que estas instituciones sigan creciendo no solo en el ámbito nacional, sino también internacionalmente. Por lo cual, el gobierno en su afán de dar mayor facilitación al comercio exterior, realizó reformas en base al comercio por mensajería acelerada o Courier, beneficiando a las micro, pequeñas y medianas empresas, e incentivándolos a la exportación de sus productos potenciales y de valor agregado. Estas acciones

ayudan en la reducción del tiempo y en los costos de la logística, generando que el sector de las MiPymes se vuelva más competitivo a nivel internacional.

La presente investigación es adecuada, debido a que los procesos por medio de este régimen son simplificados y no requiere de tanta tramitación, como en la exportación definitiva, dando una oportunidad a las micro, pequeñas y medianas empresas para que utilicen este servicio de exportación, ya que, estas compañías no cuentan con los recursos necesarios o suficientes para realizar una exportación de gran tamaño, así mismo, los costos logísticos son menores y los productos llegan con rapidez a los consumidores extranjeros.

Las MiPymes pueden optar por realizar e-commerce para darse a conocer en el mercado internacional, pero el verdadero desafío es cómo llegar al consumidor, como hacer que el producto sea atractivo para los consumidores extranjeros, por lo cual, deben crear estrategias que ayude a que sus productos se posicionen en el mercado.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar el impacto del régimen aduanero de Exportación por Courier (r-94) en la internacionalización de las MiPymes ecuatorianas, período 2015-2021

Objetivos específicos

- Analizar el origen, evolución y normativa nacional e internacional de la exportación por régimen 94.
- Analizar el comportamiento de las MiPymes ecuatorianas, que utilizan el régimen 94 como estrategia para la internacionalización.

- Presentar un panorama de las ideas de mejora más representativas, que contribuyan al fortalecimiento en la internacionalización de las MiPymes ecuatorianas, entorno al régimen 94.

Marco teórico

Teoría de internalización

La teoría de internalización se entiende como el proceso donde las organizaciones aumentan su producción para transferir o enviar sus bienes o servicios a territorio extranjero, así mismo, incrementa su compromiso para mejorar su cadena de valor (Welch y Luostarinen, 1988). La competitividad juega un rol muy importante a nivel nacional e internacional, ya que, le permite permanecer en el mercado a largo plazo, mediante la creación de estrategias, que logren reducir costos de producción y transacción para generar buenas utilidades.

Gracias a la globalización han surgido nuevas necesidades y mercados que se deben cubrir, dando oportunidad a que las empresas pueden expandir su giro de negocio y solventar los recientes cambios, mediante su expansión alrededor del mundo. Según explica Arraya (2009) la internalización se da cuando una organización entra a la globalización, realizando su actividad productiva sea parcial o total en el mercado internacional, generando vínculos comerciales, financieros entre diferentes países y sobre todo adquiriendo el conocimiento necesario para mantenerse en el entorno internacional.

De acuerdo a Johanson y Mattson (1988), contar con el enfoque de red ayuda a ingresar en el mercado internacional con mayor facilidad por medio de los vínculos establecidos internacionalmente. Gracias a estas conexiones se puede obtener información valiosa acerca de las necesidades del consumidor o de los mercados (Ellis, 2000). Además, para contar con mayores oportunidades, es indispensable contar con

una red extensa y está a su vez, debe ser diversificada, para lograr este objetivo se requiere tiempo para formar alianzas fuertes y confiables. Los beneficios irán incrementando al mismo tiempo que crezca la experiencia personal y se verán limitadas por la calidad de datos proporcionados.

Las relaciones de negocio se van extendiendo con la internacionalización. Este proceso se da en distintas maneras, en primer lugar, se busca crear redes con organizaciones internacionales y afianzar estas alianzas entre los países similares (Rialp y Rialp, 2001). Una vez que se tenga redes sólidas se colabora para ingresar al mercado y obtener recursos. La función de la red se centra especialmente en que otras empresas pueden proporcionar lo que no poseen en el entorno internacional, incrementando la ventaja competitiva frente a los competidores (Johanson y Mattson, 1988). Esta ventaja debe ser sustentable, en otras palabras, que sea a largo plazo y que permita conseguir un crecimiento anual a la empresa.

El conocimiento es un factor clave que dirige hacia el camino de la internacionalización, y permite identificar las necesidades del mercado que pretenden satisfacer. Existen 2 tipos de conocimiento: el genérico y específico. El conocimiento específico se obtiene por la experiencia de las actividades diarias de la organización, mientras que el conocimiento genérico naturalmente se traspasa sin mayor inconveniente entre mercados (Johanson y Vahlne, 1977, 1990). La experiencia adquirida en conjunto con las operaciones de la empresa determina las futuras oportunidades y problemas que se pueden presentar en el mercado, por lo cual, los altos mandos tienen que tomar decisiones rápidas y efectivas frente al entorno cambiante del mercado internacional.

Teoría de recursos y capacidades

La teoría de recursos y capacidades hace referencia a los factores internos de la organización, garantizando que cuente con activos generadores de una ventaja competitiva, la cual, debe ser difícil de imitar y valiosa (Monreal, 2009: p 8). Según este autor las capacidades permiten delinear la estrategia competitiva con la se va a posicionar en el mercado, además son el conjunto de habilidades, prácticas empresariales, filosofía, activos y conocimiento. Estas capacidades deben ayudar a afrontar las nuevas tendencias y cambios del mercado de una manera sencilla.

El desempeño de la empresa, en base a esta teoría puede tener éxito dependiendo de la estrategia que se implemente, tomando en cuenta que recursos y capacidades son necesarios, así mismo, darse cuenta cuales tienen que ir cambiando, adaptarse al mercado internacional (Fong Reynoso, 2017). Estos cambios se pueden dar en las necesidades de los clientes y empresas, por tal razón se realiza una inversión para remodelar la planta con tecnología avanzada para alcanzar la eficiencia operacional acorde a las metas u objetivos planteados en cada organización.

Los recursos intangibles son parte esencial dentro de esta teoría, representa el conocimiento e información, por lo tanto, no tienen limitación al momento de emplearlos (Guerras & Navas, 2007); por su puesto, es indispensable saber manejar este conocimiento en los procesos, desarrollo y transmisión por parte de los altos mandos de la empresa, para conseguir una alta capacidad organizativa. La transmisión de la información debe ser clara, precisa con el fin de que no haya confusiones al momento de realizar las actividades designadas a cada empleado, logrando así resultados positivos.

Con el fin de contar y apoyar la ventaja competitiva es indispensable mantener un seguimiento constante de los recursos y capacidades con los que cuenta la

empresa, puesto que, estos representan las fortalezas y debilidades. No obstante, las personas encargadas tienen la obligación de tomar decisiones que contrarresten las debilidades, con las cuales se reduzca el nivel de incertidumbre. Así mismo, esta ventaja no debe afectar a las personas o al ambiente, en otras palabras, debe ser sostenible (Barney, 1991).

Según Wernerfelt (1984), es factible localizar el mercado meta o el mejor producto, gracias al conocimiento de los recursos que posee la organización, así como, la capacidad productiva (tamaño de la empresa) para deducir los recursos mínimos que se necesitan utilizar en la elaboración del producto, consiguiendo una buena optimización y reducción de costos.

Las empresas que poseen un producto de calidad (excelente), son aquellas que cumplen con 3 particularidades específicas y alcanzan asombrosos beneficios, mediante el uso adecuado de los recursos superiores. El primero, es poseer una capacidad productiva mayor que las empresas normales; después el producto debe contar con características únicas que lo hagan diferente de los demás, y finalmente es indispensable saber cuidar la ventaja competitiva y adaptarles a los cambios del entorno internacional (Barney, 1986A)

Marco referencial

En cuanto a la investigación realizada anteriormente por Gonzales & Pérez (2020), explica acerca de las principales empresas exportadoras de uvas en Perú, y cuáles fueron los factores que influyeron para lograr la internalización. Se utilizó la metodología de diseño no experimental, que consistió en un análisis mixto, puesto que se realizó análisis cualitativo y cuantitativo. El análisis cualitativo fue mediante entrevistas a expertos del sector agropecuario y el análisis cuantitativo fue por medio de encuestas aplicadas a las empresas. Como resultado dio que el modelo de

internacionalización UPPSALA es el más utilizado por este tipo de empresas, ya que proporciona una visión clara de qué factores tuvieron más relevancia al momento de internacionalizarse, así mismo da una noción en qué aspectos de la empresa se debe realizar una inversión, con el fin de mejorar los procesos productivos y cuáles aspectos se debe cambiar para alcanzar el mercado global.

Según la investigación de Hurtado, Aguirre, Lesmes, & Castellanos (2021), manifiesta la importancia de la internacionalización de las empresas latinoamericanas, la metodología que empleo en este estudio fue un análisis mediante una red integrado con instrumentos bibliométricos, logrando así identificar las perspectivas más relevantes en la internacionalización. Como resultado se obtuvo que el modelo Uppsala es el predilecto cuando se inicia con el proceso de internacionalización, además las empresas logran una estabilidad en los mercados internacionales, gracias a la implementación de estrategias en función del entorno cambiante. El modelo trata principalmente, en que las empresas exportan esporádicamente, en otras palabras, se envían productos eventualmente, después por medio de un intermediario se busca ampliar la cantidad de productos objeto de exportación, hasta alcanzar a crear sucursales en el país de destino.

El estudio de Calle, (2020), se basa en la determinar estrategias para la penetración de las pymes en mercados extranjeros, teniendo en cuenta una investigación netamente cualitativa, en donde las fuentes que se utilizaron fueron artículos científicos; en la cual se demostró que los factores internos y externos que más afectan en la internacionalización son la falta de información y de financiamiento. Tomando en consideración lo antes mencionado, se pudo concluir que las alianzas estratégicas son de mucha importancia, debido a que les permite acceder a recursos y conocimientos en

base a la experiencia de sus aliados; además, es importante seguir innovando en la estrategia competitiva.

Marco conceptual

- *Courier*

El servicio de Courier es la actividad económica, que consiste en importar o exportar pequeñas cantidades de producto o hasta un cierto límite de valor comercial mediante vía aérea. Este proceso es de manera sencilla, además elude ciertos procesos aduaneros permitiéndole ser un servicio mucho más rápido que el habitual. (Senae, 2021)

- *Mercancías con finalidad comercial*

Son bienes que pueden ser comercializados en el país de destino, deben de ser susceptibles a ser clasificados en el Arancel del Ecuador. Estas mercancías no deben exceder 50Kg y valor FOB de \$5000 dólares. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

- *Mercancías sin finalidad comercial*

Son bienes no destinados para la comercialización en el país de destino, es decir son muestras sin valor comercial de productos, así mismo deben ser susceptibles de clasificación arancelaria. El peso máximo es de 50Kg y valor FOB de \$2000 dólares. (SENAE, 2015)

- *Recursos y conocimientos*

Los recursos y conocimientos se entienden como un conjunto, que debe trabajar en sincronía, con el fin de lograr mayor participación en el mercado extranjero, mediante la innovación y el valor agregado, por lo que el conocimiento ayuda a la toma de

decisiones y entrega los recursos necesarios para que se lleve a cabo las actividades de la organización (Orbegozola & Drucker, 2000)

- *Representantes independientes*

Se lo define como el medio logístico, por el cual las organizaciones empiezan a vender sus productos en el mercado internacional. Hay que considerar que el producto que se ofrece debe causar buena impresión desde el inicio, por lo tanto, se debe contar con excelentes alternativas de exportar y buena planeación, puesto que gracias a estos primeros pasos se define el futuro de seguir en el mercado extranjero (Martínez, 2011).

- *Tamaño de la empresa*

El tamaño de la empresa se entiende como la capacidad productiva de las organizaciones, independientemente si son grandes o pequeñas. En el ámbito de la internacionalización, es el progreso que tiene la empresa para posicionarse en el territorio extranjero. Tomando en cuenta que las organizaciones más grandes poseen recursos y conocimientos, haciéndolas más competitivas a nivel internacional, por otro lado, las empresas pequeñas disponen recursos limitados, ocasionando que su internacionalización sea más lenta (Jiménez, 2016).

CAPÍTULO II

Metodología de la investigación

Enfoque de investigación

El enfoque de este proyecto va a ser cualitativo, según Hernández & Mendoza (2018) el análisis cualitativo recolecta datos esenciales para dicha investigación. El aspecto cualitativo va ayudar a precisar con mayor exactitud cuales fueron las ventajas o desventajas al utilizar la exportación por mensajería acelerada o Courier.

Tipología de investigación

Por las unidades de análisis

Para conocer cuáles son las MiPymes exportadoras por medio de Courier, se empleará la base de datos obtenidas de la plataforma Power Bi, en la cual se va a realizar una tabla dinámica donde refleje la razón social de las empresas, número de refrendo, mes en que se realizó la exportación. Después se procede a depurar según tamaño de la empresa, basándose en la información financiera de cada organización, según la página de la superintendencia de compañías. Adicionalmente, se verificará la información en la plataforma de Registro Único de MiPymes (RUM).

Por el control de las variables

Se utilizará el diseño no experimental, debido a que no se modifica o cambia las variables. Según manifiesta Kerlinger (1979, p.116) en este tipo de diseño no se debe influir sobre las variables de estudio, debido a que estas, ya han acontecido. Por lo tanto, solo son estudiadas en su entorno habitual. En este contexto, se busca conceptualizar las variables de una forma teórica, y analizarlas sin interferir en ellas.

Por el alcance

El presente estudio tiene un alcance descriptivo, puesto que pretende encontrar elementos y/o factores que permitan fomentar la exportar por Courier, con la finalidad

de que estos puedan apoyar a las empresas al momento de su internalización.

Adicionalmente, se pretende recolectar información primaria, la cual va a ser analizada estadísticamente para conocer, los sectores económicos que utilizan más este medio de exportación, así mismo, las mercancías enviadas al exterior con mayor frecuencia.

Instrumentos de recolección de información

Se utilizará como medios de recolección de información la entrevista. La entrevista es una técnica que se realiza de forma presencial o virtual y de manera oral, con la finalidad de conseguir información acerca de un tema específico (Taylor y Bogdan, 1992). Esta técnica puede ser en forma dirigida o no dirigida, entendiendo a la entrevista dirigida como un proceso inflexible, es decir que las interrogantes ya están listas y no se da lugar para la improvisación. Mientras que la entrevista no dirigida es un estilo más liberal, donde el entrevistado da información de su interés y el entrevistador solo es una guía (Ibáñez y Martín, 2004).

Procedimiento para recolección de información

Para la recolección de datos cualitativos se va a realizar la entrevista a ejecutivos de las MiPymes ecuatorianas que exportan bajo el régimen 94 (exportación por Courier), se ejecutara la entrevista con preguntas abiertas, en base a la utilización de este medio de exportación en su proceso de internalización.

Las entrevistas se pueden realizar de forma presencial, llamada, videoconferencia o por medio de correo electrónico. En el último caso, se utilizará cuando las empresas no dispongan de mucho tiempo, por lo cual se obtendrá respuestas en forma escrita.

Con la información adquirida en la entrevista se puede conocer cuál fue la principal razón de enviar los productos al mercado extranjero, así mismo, se va a poder

conocer las ventajas y desventajas que atravesaron durante el periodo de exportación, bajo el régimen 94.

Cobertura de las unidades de análisis

La población del presente estudio comprende todas las MiPymes ecuatorianas que exportan sus productos mediante Courier. Existe un total de 20 MiPymes que exportan por el régimen 94 durante el periodo 2015-2021

Por consiguiente, la muestra va a ser de tipo no probabilístico por conveniencia, debido a que se va a escoger aquellas MiPymes que tienen mayor apertura para realizar entrevistas. A continuación, se puede apreciar la tabla que detalla las micro, pequeñas y medianas empresas que exportaron de manera regular en estos últimos 6 años.

Tabla 1*Empresas que exportaron por Courier*

RAZÓN SOCIAL	CATEGORÍA	PROVINCIA
ANDECOLSA ANDEAN COLLECTION S.A.	PEQUEÑA	IMBABURA
CONFIEXPRESS CIA. LTDA.	MICROEMPRESA	GUAYAS
CORPORACIONES UNIDAS DEL AUSTRO "CORPOAUSTRO"	MEDIANA	AZUAY
COSTECUA EXPRESS CIA. LTDA.	PEQUEÑA	AZUAY
CREANDO ESTILOS S.A. CRESTILSA - ECUA-ANDINO	PEQUEÑA	GUAYAS
EL ARTESAN S. A	PEQUEÑA	MANABI
EXPORTADORA K. DORFZAUN S.A.	MEDIANA	AZUAY
GEOMIL GEORGE MILENI CIA. LTDA.	MEDIANA	PICHINCHA
HOMERO ORTEGA PEÑAFIEL E HIJOS CIA. LTDA.	MEDIANA	AZUAY
JOQUIEXPRESS CIA. LTDA. - QUIZHPI EXPRESS	PEQUEÑA	AZUAY
KOKO CARGO EXPRESS KOEXPRESS S.A.	MEDIANA	AZUAY
L.G.F. EXPRESS S.A.	MICROEMPRESA	GUAYAS
LATIN TRAVEL CIA. LTDA.	MEDIANA	PICHINCHA
PROVEEDORA DE SERVICIOS S.A. SERVICESA	MEDIANA	GUAYAS
ROMERO TRANSFER - COURIER S.A.	PEQUEÑA	PICHINCHA
SERRANO HAT EXPORT CIA. LTDA.	MEDIANA	AZUAY
SOFIMEN S.A.	MICROEMPRESA	PICHINCHA
SOSTICOM S.A.	MICROEMPRESA	GUAYAS
SUREXPRESS S.A.	PEQUEÑA	GUAYAS
TRANSSKY S.A. TRANSSKY S.A.	PEQUEÑA	GUAYAS

Procedimiento para tratamiento y análisis de información

Una vez hecha la entrevista se va a proceder a organizar y colocar la información obtenida en el programa Atlas Ti.9, el cual va a permitir distinguir los datos de mayor importancia para el presente estudio. Posteriormente, se consigna códigos, según se haya catalogado la entrevista para poder interpretarla, mediante la creación de redes que reflejara, cuáles fueron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que atravesaron las MiPymes cuando exportaron por mensajería acelerada o Courier. Además, de recomendaciones y sugerencias del porque se debe utilizar el régimen 94, como el primer paso a la internalización.

CAPÍTULO III

Régimen 94 (exportación por mensajería acelerada o Courier)

Figura 1

Evolución del Courier

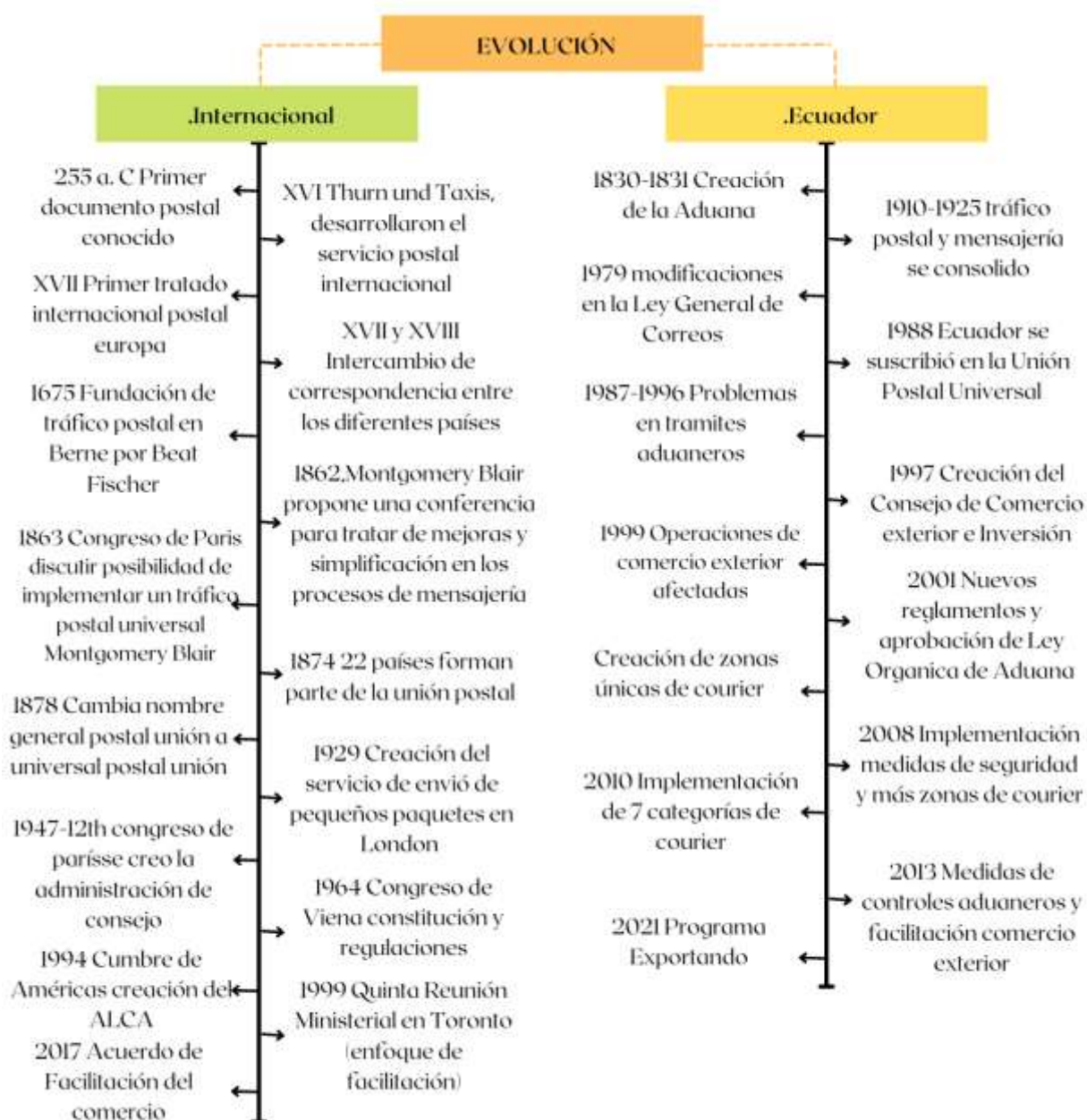
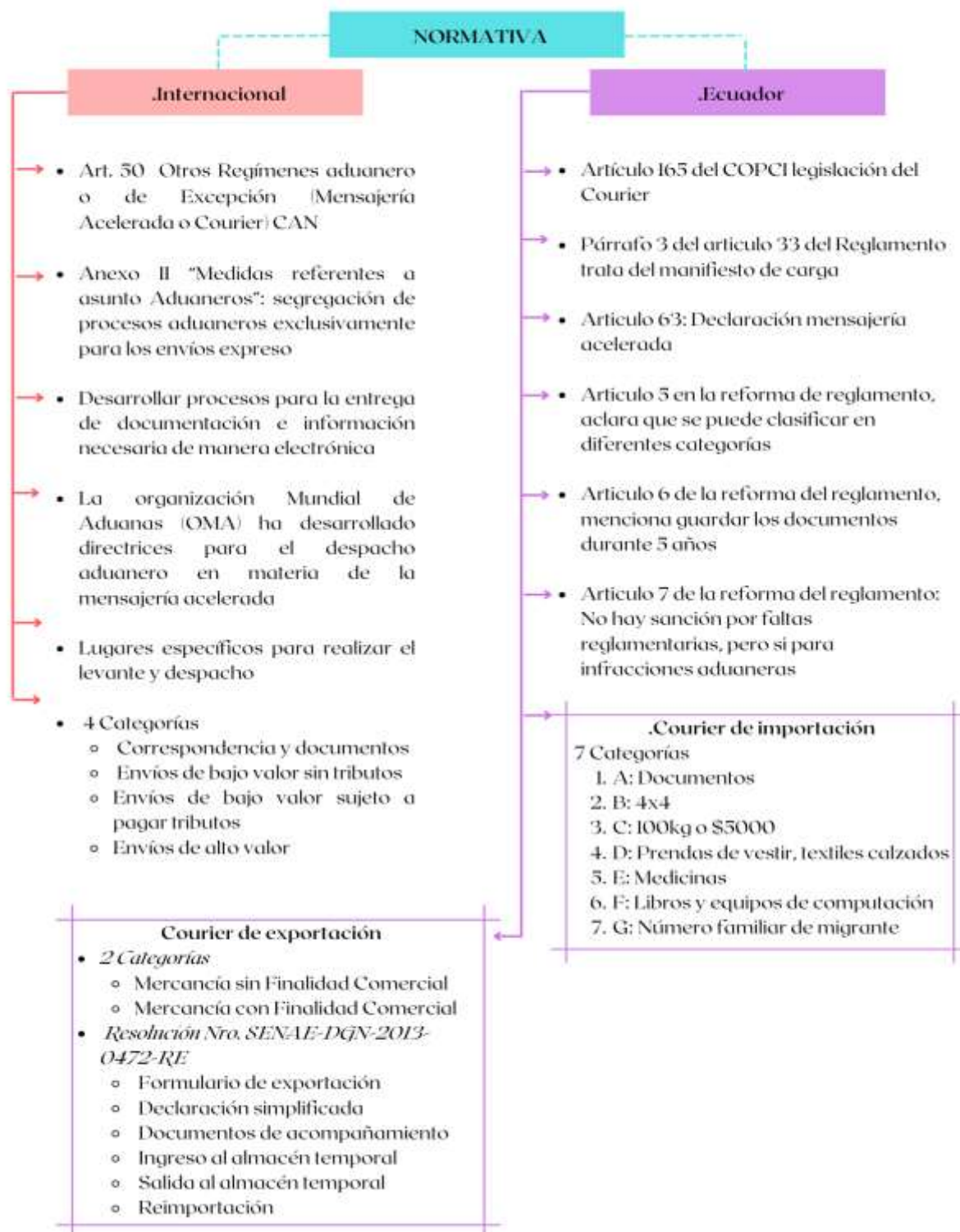


Figura 2

Normativa del Courier



Historia del Courier internacional

La mensajería acelerada o Courier tiene su origen en la prehistoria, en donde los reyes y emperadores de todos los continentes utilizaban mensajeros para comunicarse y obtener información, sin embargo, el primer documento postal conocido data en 255 a.C. en Egipto. En el siglo XVI se desarrolló el servicio postal llamado Thurn und Taxis, que consistía en el envío de la correspondencia del Imperio Romano desde España hasta Holanda o Francia por una compensación o remuneración (Universal Postal Union [UPU], s.f.)

El primer tratado internacional de la correspondencia postal fue en Europa en el siglo XVII, basado en acuerdos bilaterales entre los gobiernos permitiendo el tránsito de correos entre países. En el periodo de XVII y XVIII incremento en gran medida tráfico postal, no obstante, el intercambio se convertía dificultoso en medida a que se implementaban más acuerdos bilaterales, por lo cual el comercio se veía mermado por dichas medidas. Cabe mencionar que el fundador del servicio postal y mensajería fue Beat Fischer Von Reichenbach en la república de Berne en 1675, así mismo, correo se convirtió en el más rápido de Europa (UPU, s.f.)

En 1862, Montgomery Blair propone una conferencia para tratar de mejoras y simplificación en los procesos de mensajería. El 11 de mayo del 1863 se reúne la comisión internacional postal, en su primer congreso de París, en donde se reunieron 15 países de Europa y América con el fin de crear acuerdos mutuos para establecer un tratado internacional postal por medio de una base común (UPU, s.f.). Cinco años después, Heinrich Von Stephan publicó un memorando que describía las características básicas del tratado y a su vez se envió al congreso universal para se ponga a discusión.

La conferencia internacional de Berna se desarrolló el 15 de septiembre de 1874, en donde acudieron varios delegados de 22 países, se llegó al acuerdo de

unificar el servicio postal tomando en cuenta las regulaciones de los diferentes territorios, este acuerdo va estar bajo la supervisión de la confederación de Suiza. Además, se crea la secretaria de Unión Postal General, con el tiempo más países se fueron uniendo generando un crecimiento rápido, lo cual facilito la circulación del tráfico postal y mensajería entre naciones (Universal Postal Union, s.f.). Finalmente, en el año de 1878, cambio de nombre a Unión Postal Universal (UPU, s.f.).

Gracias a la Unión Postal Universal se celebraron convenios con diferentes organizaciones, según España y Huerta (2021) son las siguientes instituciones:

- Organización Mundial de Comercio (OMC)
- Organización Mundial de Adunas (OMA)
- Organización Internacional de Transporte Aéreo (IATA)
- Programa de las Naciones Unidas para el Control de Drogas (UNDCP)
- Organización Internacional para la estandarización (ISO)
- Banco Mundial
- Otras entidades gubernamentales que fortalecerán a controlar el tráfico postal y mensajería acelerada.

En 1929 tuvo lugar el noveno congreso de la Unión Postal Universal en London, donde se creó el servicio de envío de pequeños paquetes. En el 12vo congreso en Paris de 1947 se creó la administración de consejo, encargada de supervisar los elementos y actividades respecto a la regulaciones legales y legislativos. Las actas de la UPU se modificaron con una nueva constitución, regulaciones generales y detalles de las mismas; adicionalmente las nuevas reformas fueron publicadas en otros lenguajes aparte de Frances, que era el idioma oficial, los cambios se dieron en el congreso de Viena celebrado en 1964 (UPU, s.f.).

En la cumbre de las Américas se formó un Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), que se encargaría de “Desarrollar e implementar procedimientos para agilizar los envíos expresos” (La Conformación del Área de Libre Comercio de las Américas [ALCA], 1999), mediante la dirección de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y el memorándum de Cancún en el año de 1994, cuando se reunieron en Miami los representantes de las 34 naciones de la Región. En 1999 se llevó a cabo la Quinta Reunión Ministerial en Toronto, en el cual se concretó en brindar facilidades al momento de exportar e importar en referencia a los procesos aduaneros. Este mismo año, la UPU sugirió la “Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros” (Duarte, 2010) establecido en el convenio de Kyoto de 1999, como medida para impulsar y mejorar los procedimientos aduaneros, gracias a los acuerdos con las diferentes organizaciones. El Convenio de Kyoto ha sido actualizado constantemente a través de los años, proporcionando facilidades en el despacho aduanero de la mensajería acelerada, entre otros.

Según menciona, Serrano (2017) el acuerdo de Facilitación del Comercio (AFC) entro en vigencia el 22 de febrero de 2017, en la conferencia Ministerial de Bali. El acuerdo implementó progresivamente las medidas optadas por la OMC referente a la categorización del Courier, las cuales tenían como finalidad agilizar el proceso de tránsito, hasta la desaduanización de la mercancía.

Normativa internacional de la mensajería acelerada

Según la Comunidad Andina (CAN, 2019) en la “*Decisión 848 Actualización de la Armonización de Regímenes Aduaneros*”, describe a la mensajería acelerada o Courier como Otros Regímenes aduanero o de Excepción. En el artículo 50 expresa que en base a la legislación nacional de cada país miembro se podrá implementar

procedimientos simplificados en los trámites aduaneros cuando se importe, exporten correspondencia, documentos o ciertas mercancías.

En el Anexo II “Medidas referentes a asunto Aduaneros” de la quinta reunión ministerial que tuvo lugar en Toronto, el 4 de noviembre del 1999, se acordó preparar y llevar a cabo procedimientos que permitan acelerar el despacho expreso de envíos (Área de Libre Comercio de las Américas [ALCA], 1999). Tomando en consideración varios aspectos elementales como la segregación de procesos aduaneros exclusivamente para los envíos expresos, además en un tiempo máximo de seis horas desde que la mercancía entró a la aduana junto con la documentación correspondiente, los funcionarios de aduana deberán encargarse del trámite; se puede realizar la entrega de un manifiesto de carga unificado, es decir, uno que contengan el detalle todas las mercancías a exportar por la empresa de Courier; igualmente se autorizara la entrega de información mínima o el pago en cuotas de varias mercancías, en los despachos que dispongan de una garantía o cuando el caso así lo requiera o sea posible y finalmente se debe tratar la información previa o cualquier dato relacionado con el envío por mensajería acelera (ALCA, 1999). Todas estas directrices acerca del despacho aduanero de envío expreso están vinculados con la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y el Memorándum de Cancún.

Adicionalmente en el mismo anexo, las mercancías que sean de un valor comercial pequeño serán sometidas a procedimientos ágiles, eficientes y simplificados, según los procesos determinados, sin cambiar la duración que conlleva el control aduanero. Uno de los aspectos básicos de los procedimientos simplificados es desarrollar procesos para la entrega de documentación e información necesaria de manera electrónica, otro aspecto es reducir los requisitos en relación al despacho,

documentación e información de las mercancías que tengan un valor mínimo (ALCA, 1999).

La organización Mundial de Aduanas (OMA) ha desarrollado directrices para el despacho aduanero en materia de la mensajería acelerada y tráfico postal desde 1990. Algunas de las directrices son: la obtención de información de la mercancía, previo a la llegada de la mercancía por parte de las empresas de Courier, así mismo, los bienes serán categorizados (UPU, 2018). En el 2014 se realiza una revisión al Convenio de Kyoto, en la cual se modifican las directrices, teniendo en consideración los intereses en común de las Aduanas y el beneficio para la facilitación del comercio (Organización Mundial del Comercio [OMC], 2016). Finalmente, la última actualización se dio en el 2018, en la cual se detalló procedimientos específicos que deben optar las Aduanas de acuerdo con despacho de mensajería acelerada, gracias a que han aumentado los envíos expresos, del mismo modo, se indicaron herramientas y normas internacionales (CAN, 2019).

Según las directrices propuestas por la OMA, las mercancías tendrán 4 categorías. La primera hace referencia al tráfico postal, es decir, documentos y correspondencia; la segunda son productos de bajo valor, los cuales no están sujetos a pagos de tributos; el tercero es similar al segundo con la diferencia que si pagan tributos al comercio exterior; y el cuarto corresponde a mercancías que tengan un elevado precio (Organización Mundial de Aduanas [OMA], 2018).

Todos los productos que se exporten o importen mediante las 4 categorías serán sujetas a inspección para garantizar el correcto cumplimiento de la legislación y reglamentos (OMA, 2018). Estas inspecciones se las realiza de manera esporádica y suelen ser dependiendo la gestión de riesgo aduanero. Además, se recomienda tener equipos de alta tecnología que permita realizar aforos e inspecciones de manera no

intrusiva, estos equipos deben contar con bandas o cintas transportadoras para agilizar y no haya alguna paralización de las inspecciones.

Se deben designar lugares específicos para realizar el levante y despacho de las mercancías, estos lugares serán designados por parte de la administración aduanera. Dependiendo el tráfico aduanero serán designados los sitios correspondientes como según la OMA (2018) se detallan a continuación:

- **Volumen de envíos pequeños:** En este caso se puede realizar el despacho y levante en las mercancías en la sala de pasajeros o en el caso que venga por carga, se lo realizara en los galpones de carga
- **Bajo o medio tráfico:** En este caso se designarán áreas especiales dentro del área de pasajeros o galpones de carga para realizar el despacho y levante de mercancía
- **Alto tráfico:** En este caso se designarán ciertas áreas que sean lo suficientemente grandes, conjuntas a la Aduana

Tabla 2*Categorías de las Mercancías*

Categorías	Valor comercial	Pago de tributos	Declaración Aduanera	Características
1. Correspondencia y documentos	No	No	Oral o escrita (manifiesto, carta porte o una lista detallada)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El despacho y levante de mercancías es de manera simultánea. ▪ El levante se le otorga con la declaración consolidada de manera oral o escrita acompañada con documento de transporte, manifiesto o un packing list. ▪ Las mercancías que pueden entrar por esta categoría, están descritas en un listado por la Aduana de cada país. ▪ Después del levante, no se solicitará ningún documento adicional o se realiza algún otro procedimiento.
2. Envíos de bajo valor sin tributos (umbral de minimis)	Si	No	Simplificada	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Productos de valor mínimo no sujetos a pago de tributos, excluyendo las mercancías de prohibido o restringido acceso.

Categorías	Valor comercial	Pago de tributos	Declaración Aduanera	Características
2. Envíos de bajo valor sin tributos (umbral de minimis)	Si	No	Simplificada	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El valor de las mercancías no debe superar 50 derechos especiales de giro (DGE o divisas fuertes), o a su vez 3 DGE de tributos al comercio exterior (umbral). ▪ Se elimina el pago de tributos ya que el valor es mínimo. ▪ El despacho y levante de mercancías es de manera simultánea. ▪ La información de la mercancía se debe enviar electrónicamente a la Aduana antes de su arribo ▪ Después del levante, no se solicitará ningún documento adicional o se realiza algún otro procedimiento.
3. Envíos de bajo valor sujeto a pagar tributos	Si	Si	Simplificada	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El valor de las mercancías puede ser desde los 50 DGE hasta 1000 DGE, tomando en cuenta el umbral de la legislación nacional de cada país. ▪ Se debe evaluar constantemente por la administración aduanera los límites de valor y de impuestos de las mercancías importadas o exportadas mediante mensajería acelerada.

Categorías	Valor comercial	Pago de tributos	Declaración Aduanera	Características
3. Envíos de bajo valor sujeto a pagar tributos	Si	Si	Simplificada	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El despacho y levante de mercancías es de manera simultánea, tomando en consideración que puede someterse a control documental o físico de manera aleatoria ▪ La información de la mercancía se debe enviar electrónicamente a la Aduana antes de su arribo, para el cálculo de tributos y para asignar tipo de aforo, si se considera necesario.
4. Envíos de alto valor	Si	Si	Normal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los productos que comprenden esta categoría son todos aquellos que no pertenecen a las anteriores 3 categorías, incluyendo mercancías de restringido acceso. ▪ La información de la mercancía se debe enviar electrónicamente a la Aduana antes de su arribo, para el cálculo de tributos y para asignar tipo de aforo. ▪ Generalmente la administración aduanera pedirá una garantía para asegurar el pago de tributos, cuando el despacho es anticipado.

Categorías	Valor comercial	Pago de tributos	Declaración Aduanera	Características
4. Envíos de alto valor	Si	Si	Normal	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1108 302 1948 427">▪ Los permisos sanitarios o fitosanitarios que requiera la mercancía se los podrá presentar en el levante de la misma o antes de la autorización <li data-bbox="1108 448 1948 573">▪ Cuando se trate de una mercancía de restringido ingreso al país, se solicitará en el momento del despacho cualquier documento o requisito que sea necesario <li data-bbox="1108 594 1948 678">▪ La administración aduanera no solicitará garantía cuando se trate de personas autorizadas

Historia del Courier en Ecuador

El desarrollo de la mensajería acelerada o Courier empezó con la creación de la aduana en el periodo de 1830 a 1831, esta institución fue constituida por Juan José Flores y la Asamblea (Reyes, 1896, como se citó en Mera, 2019). El sector encargado del tráfico postal y mensajería se consolidó gracias al transporte por vía aérea en los años de 1910 a 1925. Sin embargo, en 1979 se presenciaron ineficiencias en los procesos de correos en el país, por ende, se optó por realizar modificaciones en la Ley General de Correos (Mera, 2019).

En 1988 Ecuador se suscribió en la Unión Postal Universal (UPU), por lo tanto, se acogió a los procesos de tráfico postal y los integraría a sus procesos internos de mensajería acelerada y postal (Mera, 2019). Este cambio no fue fácil, ya que el país no estaba en condiciones de realizar estas modificaciones, que tenían relación con la logística por vía aérea y terrestre, procesos aduaneros y seguridad de la mercancía transportada.

Los trámites para desaduanar la mercancía de tráfico postal y Courier se convirtieron en un problema en el periodo de 1987-1996 (Mera, 2019), debido a diferentes razones como: a) la clasificación arancelaria variaba dependiendo de la mercancía tiene o no valor comercial, además que la clasificación no era específica sino era general; b) No existía una guía de remisión estandarizada, lo que no permitía tener un buen registro de las mercancías y se distorsionaba la información; c) Los impuestos eran en base a su peso y sus dimensiones, sin tomar en cuenta los aranceles correspondientes; y d) La gran parte de mercancías enviados por este medio de Courier no contaban con factura comercial, porque eran enviados por familiares.

En vista a los problemas presentados, se procedió a modificar la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI), originando el Consejo de Comercio exterior e

Inversión (COMEXI) en 1997 (Mera, 2019), que trajo consigo eliminación de impuestos al comercio exterior en exportaciones, mientras que se incrementó los impuestos en importaciones. Así mismo, se incrementó la importación por Courier, especialmente envío de dinero del exterior por parte de los migrantes.

A consecuencia del Feriado Bancario y la dolarización en 1999, las operaciones de comercio exterior se vieron afectadas y mermadas durante esos años, además que la situación económica y política del país se tornó muy dificultosa, por lo que las importaciones por mensajería acelerada también disminuyeron drásticamente (Mera, 2019).

En el 2001 se presentaron nuevos reglamentos y se aprueba la Ley Orgánica de Aduana en relación a la mensajería acelerada o Courier, tomando en cuenta los diferentes tipos de aforo de las mercancías y la aprobación de los agentes de aduana en relación a los regímenes especiales (Viteri, 2018).

Creación de zonas únicas de Courier ubicadas en el aeropuerto de Quito (UIO) y de Guayaquil (GYE) específicamente, en estas zonas los procesos aduaneros se lo realizaban de forma semi manual, por lo que no contaban con base de datos y los manifiestos de carga eran realizados por terceras personas (Aduana del Ecuador, 2011).

Según la Aduana del Ecuador (2011) en el año de 2008 se implementaron nuevas zonas únicas de Courier dependiendo de la capacidad de la misma, adicionalmente los manifiestos de carga ya no eran elaborados por terceros y adquirieron nuevos equipos tecnológicos para pesar y colocar código de barras en la mercancía. Este mismo año, se implementó mayores medidas de seguridad tanto en la

exportación e importación vía aérea de las mercancías enviadas por mensajería acelera y trafico postal.

Se implementaron varias resoluciones en relación a la mensajería acelerada “1-2003-R2 / 2-2008-R3 /4-2008-R4” (Mera, 2019), sin embargo, ocasionaron malentendidos entre estas, por ende, se realizaron varias modificaciones hasta llegar a la resolución 6-2007-R4, que trataba de categorizar al Courier de importación en 7 categorías, esta resolución entro en vigencia en el año 2010. Después de tres años se adoptó medidas en función a los controles aduaneros y facilitación al comercio exterior.

En la actualidad el gobierno ha implementado el programa Exportando en conjunto con el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) y la Asociación Ecuatoriana de Empresas de Mensajería Expresa y Courier (ASEMEC), teniendo como objetivo la internacionalización de las MiPymes, emprendedores y actores de la economía popular y solidaria. Dando beneficios de reducción de costos logísticos, tiempo, brindando asesoría, entre otros.

Normativa nacional de la mensajería acelerada

Según la Asamblea Nacional (2010) en “*el artículo 165 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)*”, el Courier o mensajería acelerada es el envío expreso, es decir, la importación o exportación de mercancías mediante un operador postal o empresas Courier, las cuales no deben exceder los límites establecidos en la legislación aduanera nacional. Estos productos se someten a procedimientos aduaneros simplificados, caso contrario las mercancías serán sometidas a procedimientos aduaneros generales.

En el párrafo 3 del artículo 33 del Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del COPCI, trata del manifiesto de carga, el cual

debe contener información de la guía master cuando se trate de tráfico postal o mensajería acelerada (Asamblea Nacional, 2011). Las guías deben ser emitidas por las empresas de correos rápidos o Courier que están encargados de la mercancía. En el artículo 63 del mismo reglamento habla acerca del declarante en tráfico postal o Courier puede ser el operador privado o público que estén habilitados para operar bajo estos regímenes. El agente de carga podrá transmitir la declaración, en el caso de una exportación.

En la reforma al reglamento para los regímenes de excepción, el artículo 5 manifiesta que las mercancías pueden ser declaradas en diferentes categorías, sin tener en cuenta si llegaron al país en una o varias guías, siempre que este dirigida para el mismo consignatario según la "*Resolución Nro. SENAE-DGN-2014-0620-RE*" (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2014).

Según la Asamblea Nacional (2011) en el artículo 6 de la anterior resolución menciona, se debe guardar los documentos físicos originales o copias certificadas, adicional los documentos de soporte o acompañamiento por un tiempo de 5 años.

En el artículo 7 resalta que no se va a imponer multas al consignatario por faltas reglamentarias, siempre y cuando, los envíos no hayan sido recibidos. Pero para el caso de infracciones aduaneras serán establecidas en relación al convenio Postal Universal y su reglamento, a las entidades que operan el tráfico postal o mensajería acelerada (Asamblea Nacional, 2011).

La importación y exportación por mensajería acelerada o Courier, se diferencian en sus categorizaciones, debido a que cuando ingresan al país existe 7 categorizaciones que van desde la "A" hasta la "G", mientras cuando se envía al exterior se divide en dos, con y sin finalidad comercial.

Categorías de importación**Tabla 3***Categorizas de importación*

Categoría	Detalle	Tributos
A	Son documentos como cartas, periódicos, revistas entre otros	Libre de tributos
B	Paquetes 4x4, en otras palabras, la mercancía no debe super \$400 de valor Fob y su peso no debe ser mayor a 4 kilogramos. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Máximo 12 importaciones por año o \$2400 dólares ▪ El consignatario debe ser ecuatoriano 	Libre de tributos
C	Mercancía no debe superar los 100 kilogramos y el valor debe ser menor a \$5000. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Excepto textiles y calzado ▪ En repuestos para industrias el peso máximo es de 200 kilogramos ▪ No deben encajar en otra categoría 	% de arancel depende del producto 12% de IVA 0.5% Fodinfra

Categoría	Detalle	Tributos
D	<p>Son prendas de vestir, textiles confeccionados y calzado, siempre y cuando no supere los 20 kilogramos y un valor de \$2000</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ No se necesitará documento de control previo en la primera importación, cuando el valor no supere los \$500, además el consignatario debe ser persona natural y la mercancía no tener fines comerciales. ▪ Necesitan documentos de control previo (INEN, MIPRO, Etiquetado R13) 	<p>10% de Arancel \$5.5 por Kg arancel específico (Ropa) \$6 Kg arancel específico (Calzado) 12% de IVA 0.5% Fodinfra</p>
	<p>Medicinas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ No tiene limitaciones de peso y valor. ▪ Son mercancías (ortopédicos, órganos, tejidos y células; fluidos humanos; entre otros) sin fines comerciales. 	<p>Libre de tributos,</p>
E	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Según Art. 125 son exentos de tributos las mercancías destinadas para personas con discapacidades o personas jurídicas que se encargan de cuidarlos, además, de órganos, tejidos y células; fluidos humanos 	<p>según art 125 del COPCI</p>
	<p>Medicinas bajo receta medica</p>	<p>0.5% Fodinfra</p>

Categoría	Detalle	Tributos
F	Libros de lectura	0.5% Fodinfra
	Equipos de computación y sus partes	12% de IVA
		0.5% Fodinfra
G	Mercancías con límite de 4 kilogramos y un salario básico unificado de valor FOB	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Debe constar en el registro del familiar emigrante 	Libre de tributos
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Envíos realizados por ecuatorianos residentes en el extranjero 	

Nota. Recuperado de Senae 2021. Reprinted with permission.

Categorías exportación

“La Resolución Nro. SENAE-DGN-2013-0472-RE” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2013) y sus respectivas reformas, definen las categorías y alcance del régimen de Mensajería Acelerada o Courier de exportación, donde se especifica lo siguiente:

Tabla 4*Categorizas de exportación*

Categoría	Límites	Declaración
Mercancía sin Finalidad Comercial	No deben superar los 50Kg y valor de \$2000 dólares	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acompañado de la declaración simplificada consolidada (DAS-c) y una factura comercial
	Documentos o información	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No requiere una declaración simplificada consolidada
Mercancía con Finalidad Comercial	No deben superar los 50Kg y valor comercial de \$5000 dólares	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acompañado de la declaración simplificada (DAS)

Nota. Recuperado de Senae 2021. Reprinted with permission.

Del mismo modo, se debe llenar un formulario para la exportación mediante la mensajería acelerada o Courier, el cual se podrán descargar de la página del SENA E y se convertirá en requisito indispensable para la transmisión de la declaración aduanera simplificada (SENAE, 2015). Las Empresas de Courier son las encargadas de transmitir la declaración mediante el sistema aduanero (ECUAPASS), por lo tanto, estas entidades deben cumplir ciertos requisitos para su funcionamiento. Los documentos que necesitan acompañar a la declaración simplificada es el formulario mencionado anteriormente y la factura comercial.

Según el artículo 12, para que la mercancía pueda entrar al almacén temporal se debe realizar la DAS o DAS-C dependiendo el caso. Adicionalmente, *“mercancías amparadas en una DAS deberán estar etiquetadas con el código de barras en el*

respectivo paquete; y, para el caso de las mercancías amparadas en una DAS-C, deberán estar etiquetadas con el código de barras en las respectivas sacas” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador [SENAE], 2015), estas etiquetas deben cumplir requisitos sujetos por el SENAE.

En el artículo 13, referente a la salida de las mercancías del almacén temporal tipo paletizadora. Se procederá al rechazo de la DAS solicitada por el exportador, cuando la mercancía total o parcial requiera regresar a zona secundaria. En el caso de la DAS-C, se tiene que pedir la anulación de la misma, esto lo puede solicitar la entidad encargada del envío (SENAE, 2015).

Por otro lado, en una reimportación, se realizará el procedimiento simplificado de exportación, del mismo modo al momento al momento de la importación se debe regir bajo el régimen de tráfico postal o mensajería acelerada o Courier y se basa también en la reimportación al mismo estado (SENAE, 2015).

Figura 3

Proceso de exportación

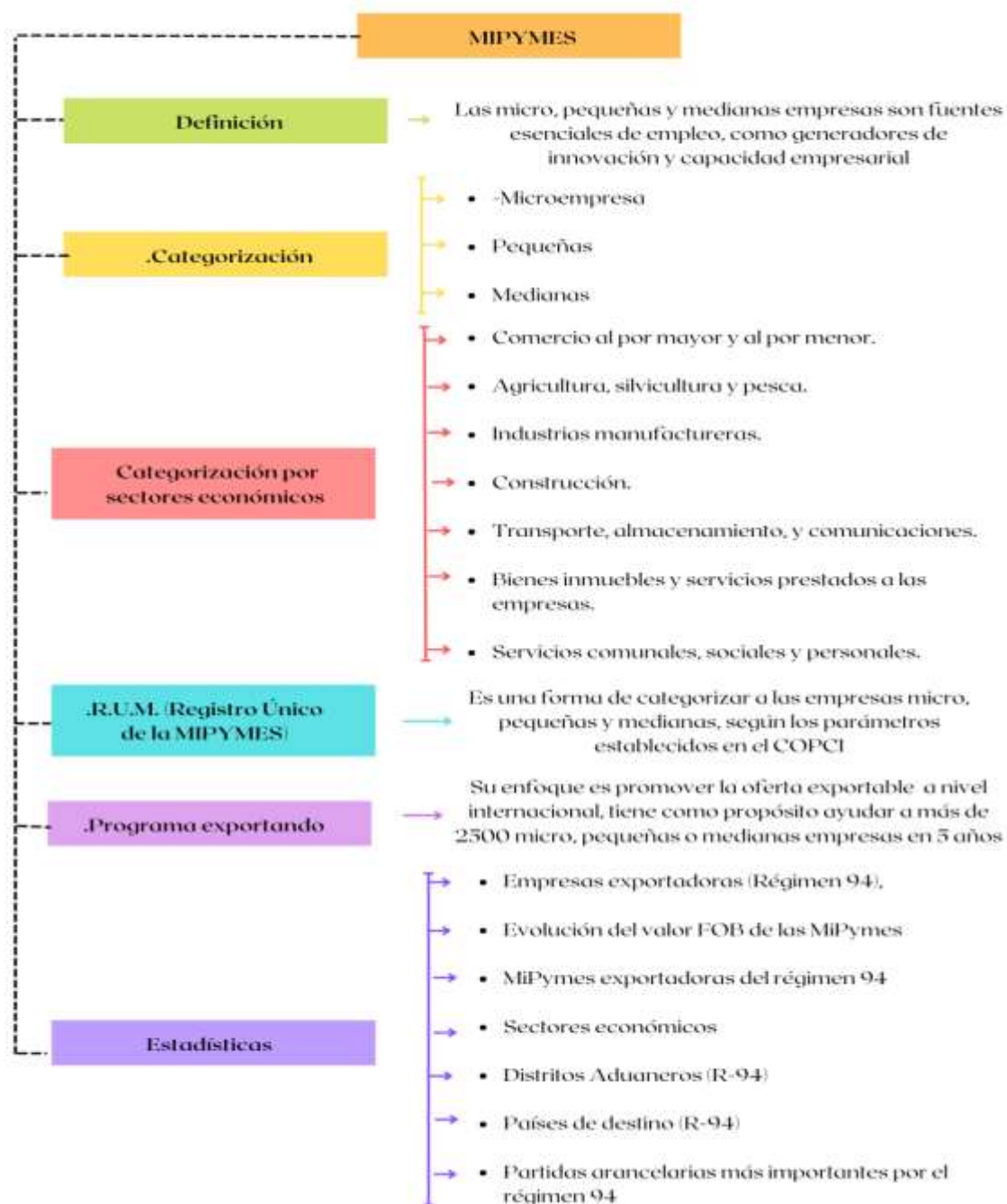


CAPÍTULO IV

MIPYMES

Figura 4

Resumen de las MiPymes



MIPYMES

Las micro, pequeñas y medianas empresas son fuentes esenciales de empleo, como generadores de innovación y capacidad empresarial, juegan un rol principal en la economía de cada país, sin embargo, por los limitados recursos que poseen pueden enfrentar dificultades en el mercado y frenar su innovación y adquisición de recursos tecnológicos (Comisión Europea, 2006). Se considera MiPymes a aquellas empresas constituidas que no superen 199 trabajadores y sus ingresos anuales sean igual o menores a \$5 millones (Supercias, 2020).

La importancia de las MiPymes radica en que contribuyen en dos aspectos especialmente, los cuales son, riqueza y empleo. La producción flexible que tienen es de gran ayuda, debido a que, se adapta a los cambios frecuentemente, por lo cual no tiene un modelo específico a seguir. Ha demostrado que no necesita instalaciones de gran tamaño para realizar sus operaciones, el desarrollo e innovación es parte crucial, ya que, permite integrar a sus unidades productivas nueva tecnología que le permite ser más eficiente y eficaz, igualmente dan mayor valor agregado a sus productos, obteniendo mayor demanda y por ende ingresos (Cabello, 2014).

En Ecuador, las micro, pequeñas y medianas empresas representan un gran porcentaje de participación de mercado, en algunos sectores económicos. Además, a nivel mundial tiene más microemprendimiento, por lo tanto, el gobierno ha implementado mecanismo que ayuden a su establecimiento y expansión, para generar crecimiento en la economía nacional. Las MiPymes constituyen más del 80% de empresas ecuatorianas, en especial en servicios, por lo que son vulnerables a variaciones macroeconómicas (Camino y otros, 2017).

Categorización de las MIPYMES

Según la decisión 488 de la Comunidad Andina se desarrolla estadísticas en referente a los conceptos básicos de las Pymes, tomando en consideración lo anterior, la decisión 702 de la CAN muestra los límites establecidos para que la empresa sea considerada micro, pequeña o mediana, del mismo modo establece que se debe difundir en cada país miembro (Cámara de Comercio de Quito, 2017). Por consiguiente, en la resolución 1260 de la legislación interna se adopta la categorización de las MiPymes, la SUPERCIAS (La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros) es la entidad encargada de su control. A continuación, se muestra el cuadro de la categorización de la MiPymes.

Figura 5

Categorización de las MiPymes

	TRABAJADORES	VENTAS ANUALES	ACTIVOS
MICRO EMPRESA	1-9	≤ \$ 100.000	≤ \$ 100.000
PEQUEÑA EMPRESA	10-49	\$ 100.001 - \$ 1.000.000	\$100.001 - \$ 750.000
MEDIANA EMPRESA	50-199	\$ 1.000.001 - \$ 5.000.000	\$750.001 - \$ 3.999.999

Nota. Fuente: Cámara de Comercio de Quito (2017)

Categorización por sectores económicos

Las MiPymes son fundamentales para el desarrollo de la economía, por lo tanto, es indispensable conocer las principales actividades económicas en las que se

desarrollan, adicionalmente estas empresas han tenido la capacidad para abrir nuevos mercados y consolidarse a nivel local o nacional. Los sectores económicos más representativos de las micro, pequeñas y medianas, según Camino y otros (2017) son los siguientes:

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

RUM (Registro Único de la MIPYMES)

El Registro Único de MiPymes es una forma de categorizar a las empresas micro, pequeñas y medianas, según los parámetros establecidos en el COPCI, donde se determina el tamaño de empresa. El registro se puede hacer mediante la página del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP), en la cual, se debe llenar datos relacionado a la empresa y actividad económica (descripción de la actividad, información comercial, información tecnológica); después el Servicio de Rentas Internas (SRI) validara la información proporcionada, finalmente llega un correo confirmando la solicitud y un enlace para proceder a descargar el certificado en PDF (Ministerio de Industrias y Productividad [MPCEIP], 2018).

El fuerte de aplicar este certificado son los múltiples beneficios que se les otorgan a las MiPymes, es proporcionado por las entidades públicas en conjunto con el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP). Algunos

de ellos son descuentos por el ARCSA al momento de obtener una notificación sanitaria, preferencias en la contratación de servicios públicos por la entidad del SERCOP, descuento del 50% en el Servicio Nacional de Derechos intelectuales (SENADI), asesoría, capacitaciones, entre otros (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, s.f.).

Programa Exportando

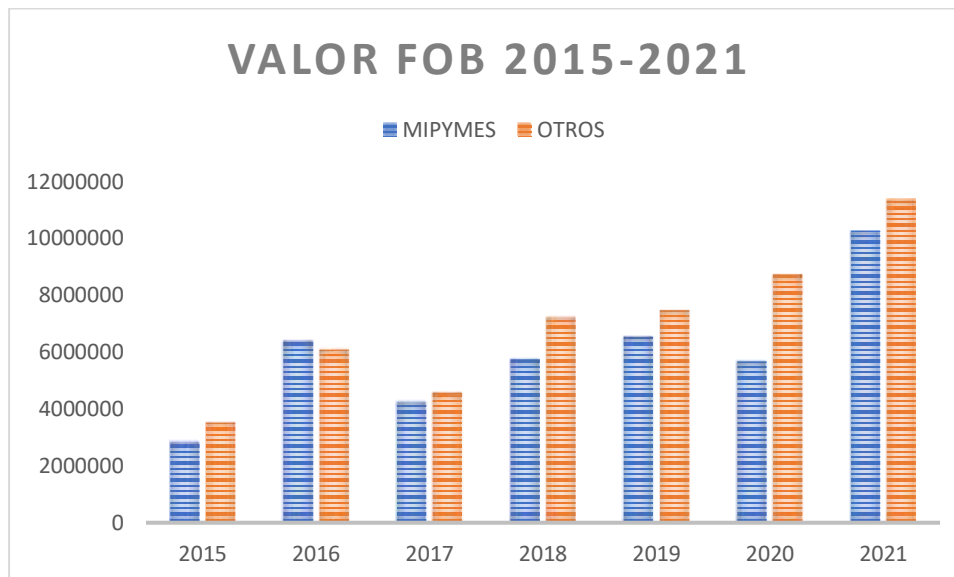
El programa exportando tiene como finalidad maximizar la producción de las MiPymes mediante el otorgamiento de ciertos beneficios como asesoría en diseño de producto, empaques, imagen corporativa, comercio a nivel internacional; el requisito indispensable para obtener estos beneficios es tener RUC o RISE y contar con el certificado de RUM (Registro Único de MiPymes), RUA (Registro Único Artesanal) o RNE (Registro Nacional de Emprendimiento); este proyecto es crea para facilitar las exportaciones mediante la mensajería acelerada o Courier. Su enfoque es promover la oferta exportable a nivel internacional, se implementó gracias a la unión del el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) y Asociación Ecuatoriana de Empresas de Mensajería Expresa y Courier (ASEMEC), cumpliendo con el Decreto Ejecutivo 68, que busca la reactivación de exportaciones para dinamizar la economía nacional (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021).

Este programa tiene como propósito ayudar a más de 2500 micro, pequeñas o medianas empresas en 5 años, dando la capacidad de desarrollarse mediante la potencialización de su competitividad para alcanzar mercados extranjeros, además la aspiración es llegar \$12.000.000 de dólares en el monto exportable anualmente. Igualmente, los servidores de Courier buscan ser el soporte logístico que necesita el exportador para enviar sus productos a nivel internacional (ASEMEC, 2021).

Estadísticas

Figura 6

Empresas exportadoras (Régimen 94), según el valor FOB



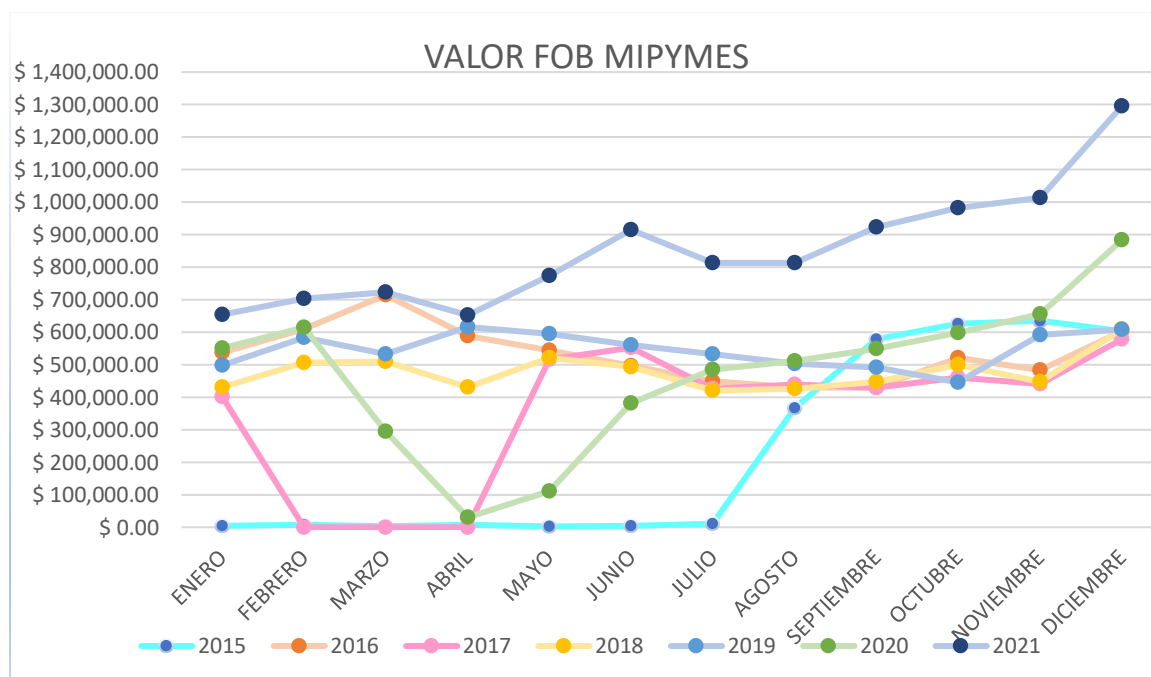
La exportación por Courier o mensajería acelerada, ha ido creciendo en el paso del tiempo, en el gráfico se puede observar el envío de mercancías en el 2015 es relativamente bajo con un valor Fob de \$2.850.147,50 dólares en las MiPymes y en otras empresas el valor Fob fue de \$3.525.205,51 dólares. Mientras que en el año 2021 se triplicó el valor exportado siendo el valor Fob de las MiPymes de \$10.261.190,20 dólares y otras empresas de \$11.402.906,15 dólares. Además, se puede apreciar que la exportación por este medio se ha vuelto más dinámica, gracias a que, las empresas que envían pequeñas cantidades optan por este servicio que es más rápido y tiene reducción tanto en tiempo y costos logísticos, en comparación con la exportación definitiva.

A continuación, se puede observar la evolución que ha tenido las MiPymes en la exportación de Courier o mensajería acelerada en el periodo 2015-2021. Como muestra el gráfico se puede ver, que en los 7 primeros meses del 2015 el valor de exportación

era parcialmente bajo, posteriormente, fue incrementando y se mantuvo constante a lo largo de los años. Sin embargo, en el 2017, exactamente en los meses de febrero, marzo y abril no se presentan exportaciones hechas por este régimen, de igual manera, en el 2020 fue mermando los envíos al exterior por Courier en los meses de marzo a mayo, a causa de la pandemia, ya que, en esos meses se paralizó las actividades económicas y, por ende, se disminuyeron las exportaciones, hasta retornar a la normalidad. En la actualidad se muestra un gran crecimiento, gracias a las nuevas medidas adoptadas por el gobierno, las cuales se ofrece mayor facilitación al comercio exterior direccionado a las micro, pequeñas y medianas empresas. Estas medidas empezaron a funcionar a finales del 2021.

Figura 7

Evolución del valor FOB de las MiPymes

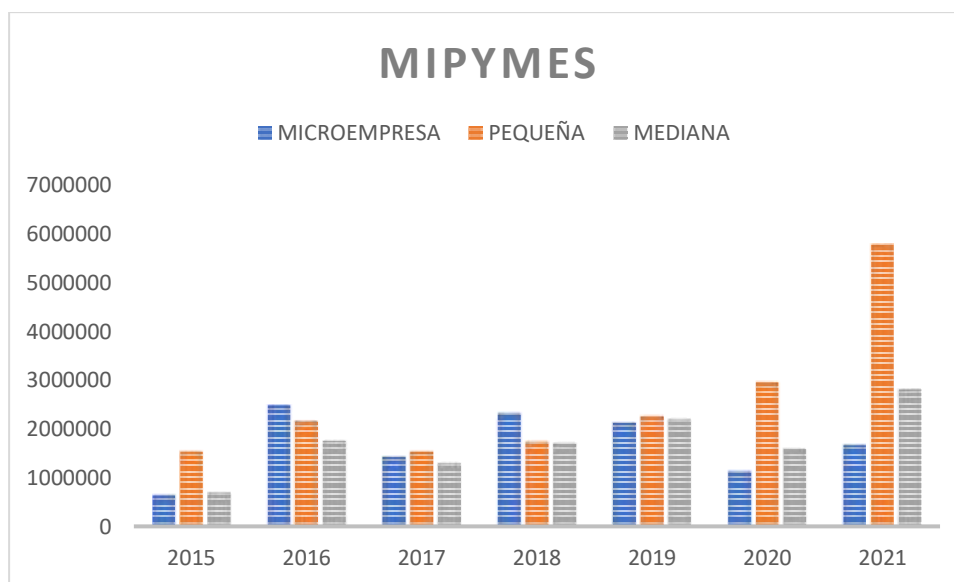


Las MiPymes tienen una gran presencia en la exportación del régimen 94, puesto que este régimen permite el envío de pequeñas cantidades comerciales, con lo

cual, estas empresas pueden darse a conocer internacionalmente hasta exportar grandes cantidades de sus productos. En el gráfico se puede apreciar que las pequeñas empresas son las que más utilizan este régimen dentro del grupo de MiPymes. Adicionalmente, se puede decir que este grupo de empresas se han mantenido exportando en este régimen, sin embargo, hay que tener en cuenta que algunas empresas solo han realizado envíos al exterior de manera esporádica. Como se mencionó anteriormente, en el año 2021 se puede observar que las exportaciones por este régimen han crecido de manera considerable.

Figura 8

MiPymes exportadoras del régimen 94



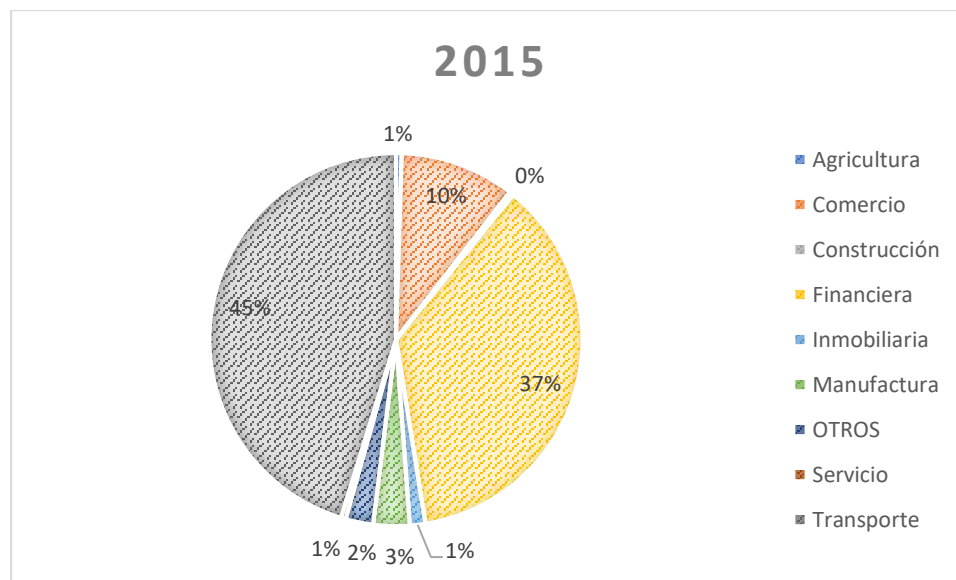
Sector económico de las MiPymes

Existen varios sectores económicos en los que se desarrollan las MiPymes. El sector que ha tenido mayor influencia en relación a la exportación por Courier en el 2015, ha sido el de transporte con un 45%, este sector se ha especializado en el envío de partes de aeronaves, kit de cortacables entre otros; seguido está el sector financiero con un 37%, en el cual se destaca el envío de documentos legales (actas de

matrimonio, graduación, divorcio, certificados de SRI, IEES y rol de pagos) y obsequios corporativos; en tercer lugar, se encuentra el sector comercial con un 10%, con el envíos de productos varios tales como: medicamentos, neumáticos, etiquetas, ropa, sombreros trenzados, siendo estos los más destacados; después el sector manufacturero con un 3%, con productos alimenticios (chocolate, muestras), circuitos y microestructuras, juguetes entre otros.

Figura 9

Sectores económicos del 2015 (R-94)

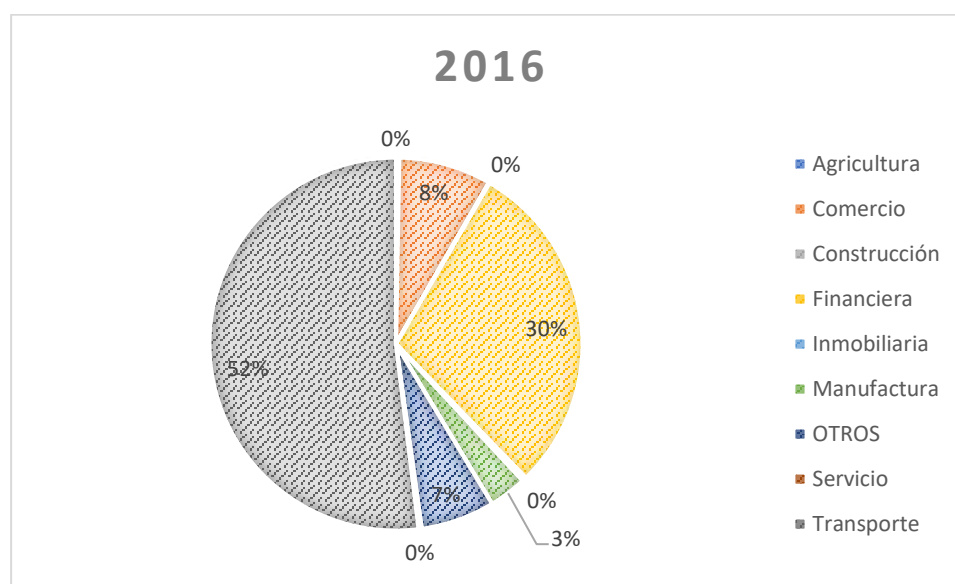


En el año 2016, el sector económico que más se destacó en exportaciones por mensajería acelerada o Courier fue el de transporte con un 52%, las mercancías que más se exportaron son equipos de calibración para la reparación, máquinas para tratamiento o procesamiento de datos y obsequios empresariales; seguido está el sector financiero con un 30%, de igual manera son documentos (acta de grada partida de nacimientos y presentes organizacionales; en tercer lugar, se encuentra el sector comercial con un 8%, enviando productos como aceites, aparatos de radar (candados y dispositivos satelitales), aparatos tecnológicos, baúles, artesanías, entre otros; seguido

por otros sectores con el 7%, que se especializaron en la exportación de accesorios de tubería, artículos aparatos de ortopedia e instrumentos de geodesia, topografía, nivelación y demás. Finalmente, el sector manufacturero con un 3%, con productos como: cascos para sombreros, dispositivos médicos, manufacturas de cuero natural o regenerado, sombreros.

Figura 10

Sectores económicos del 2016 (R-94)

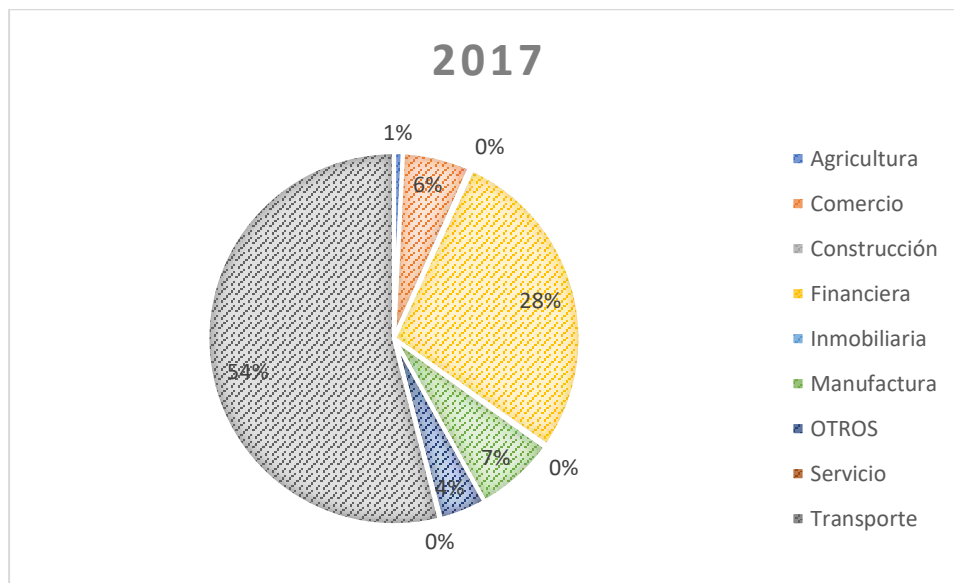


En el año 2017, se puede apreciar que el sector económico con mayor influencia en el régimen 94, sigue siendo el sector de transporte con un 54%, donde se destacan mercancías como reactores nucleares, artefactos mecánicos; en segundo lugar, está el sector financiero con un 28%, este sector resalta las mercancías con tratamiento especial, es decir, generalmente son documentos o presentes comerciales; en tercer lugar, se encuentra el sector de manufactura con un 7%, se puede mencionar que los productos con mayor comercialización son instrumentos y aparatos de óptica, fotografía, manufacturas diversas de metal común y sombreros realizados con tejido; después el sector comercial con un 6%, los productos más relevantes son aceites esenciales, de

animales o vegetales, máquinas aparatos y material eléctrico y sus partes (cámaras, adaptadores, altavoces, etc.).

Figura 11

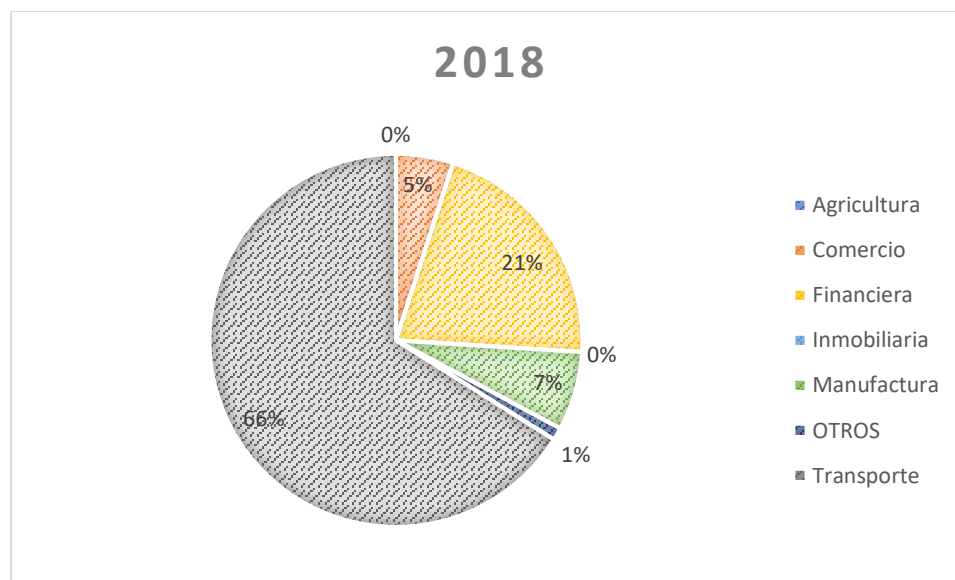
Sectores económicos del 2017 (R-94)



El sector que ha tenido mayor influencia en el 2018 en relación a la exportación por mensajería acelerada o Courier, ha sido el de transporte con un 66%, siendo los productos con mayor comercialización las aeronaves, vehículos espaciales y sus partes, además, de mercancías sin fines comerciales; después podemos encontrar al sector financiero con un 21%, así mismo, que en los anteriores so documentos y presentes corporativos; en tercer lugar se encuentra el sector de manufactura con un 7%, siendo los dispositivos médicos de ortopedia, balsos, carteras, sombreros de paja toquilla los mayor comercializados. Por último, se aprecia el sector comercial con un 5%, con productos como, aceites, inciensos, jabones, rosarios de tagua y perlas finas o culticas, preciosas o semipreciosas (bisutería).

Figura 12

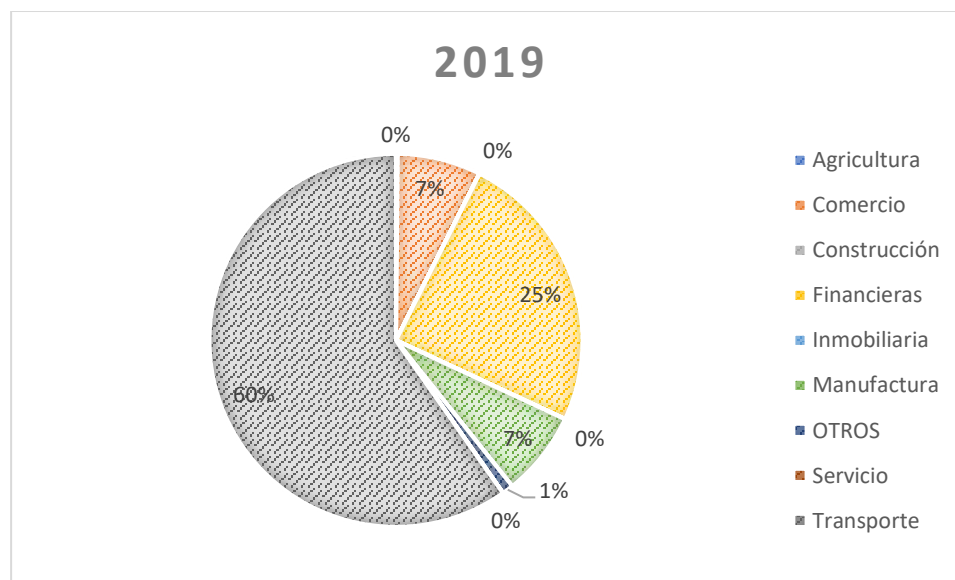
Sectores económicos del 2018 (R-94)



El sector que ha tenido mayor influencia en el 2019 ha sido el de transporte con un 60%, los productos que se exportaron son mercancías con tratamiento especial, es decir, diversos productos que se entregan como presente empresarial, seguido está el sector financiero con un 25%, que de igual manera son mercancías con tratamiento especial, específicamente documentos (actas de matrimonio, rol de pagos, SRI, IESS, entre otros); después, se encuentra el sector de manufactura con un 7%, en la cual, se especializa en el envío de dispositivos médicos de ortopedia, bolsas de cuero y maquinas eléctricas; por último, el sector comercial con un 7%, donde se envía aceites esenciales, instrumentos y aparatos de óptica, collares de tagua, bisutería con perlas finas, piedras preciosas o semipreciosas.

Figura 13

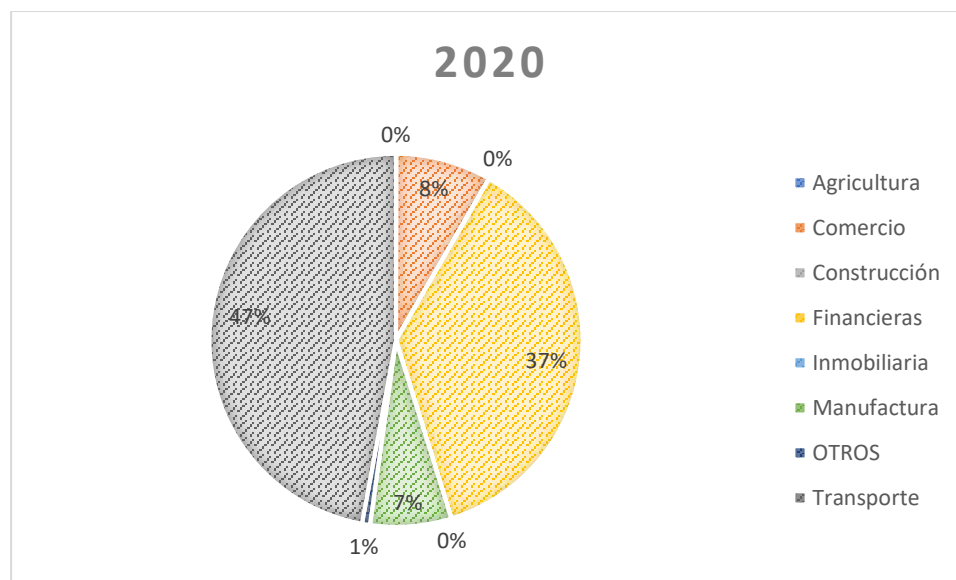
Sectores económicos del 2019 (R-94)



En el año 2020 el sector con mayor porcentaje es del transporte con un 47%, siendo las extensiones de entra y cortacables de aeronaves o vehiculos espaciales los más exportados por régimen 94, en segundo lugar, está el sector financiero con un 37%, de igual forma los documentos son los que resaltan con mayor frecuencia; en tercer lugar, se encuentra el sector de comercio con un 8%, tomando en cuenta que las mercancías con mayor comercialización son: lentes inoculares, jabones artesanales, control remotos y bisutería realizadas con perlas finas, piedras preciosas o semipreciosas; en cuarto lugar se encuentra el sector manufacturero con un 7%, los productos con mayor relevancia son los dispositivos médicos de ortopedia, sombreros, bolsos de paja toquilla, juguetes.

Figura 14

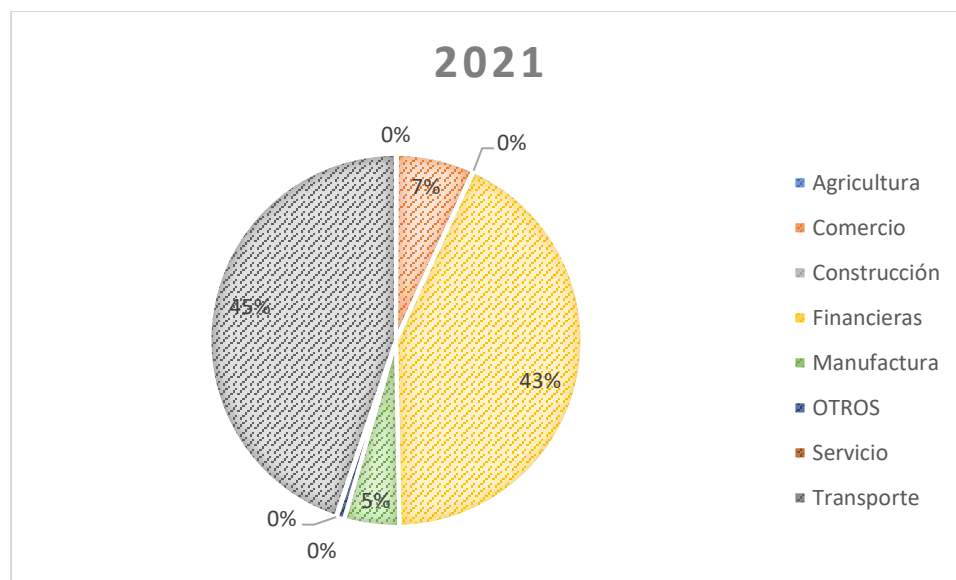
Sectores económicos del 2020 (R-94)



El sector que ha tenido mayor influencia en el 2021, en base a la exportación por mensajería acelerada o Courier ha sido del transporte con un 45%, exportando tubos y mercancías de tratamiento especial; continuando con el sector financiero con un 43%, de igual forma que en los anteriores gráficos solo se envía documentos legalizados; en tercer lugar, se encuentra el sector comercial con un 7%, dando mayor importancia a los aparatos eléctricos de telefonía, bisutería, soportes equipados con varios aparatos médico, materiales vegetales o minerales para tallar y productos de uso personas (desodorante, crema para afeitarse); después el sector manufacturero con un 5%, en donde, los sombreros de paja toquilla son las que más se envían al exterior.

Figura 15

Sectores económicos del 2021 (R-94)



Finalmente se puede decir, que los sectores que tienen mayor influencia en el periodo del 2015-2021 son:

- Transporte
- Financiero
- Comercial
- Manufactura

Las MiPymes que se desarrollan en estos sectores prefieren enviar mercancías con tratamiento especial, es decir, muestras comerciales, regalos corporativos, documentos entre otros. Además, se pudo apreciar que estos sectores tuvieron pequeñas fluctuaciones dentro de este periodo.

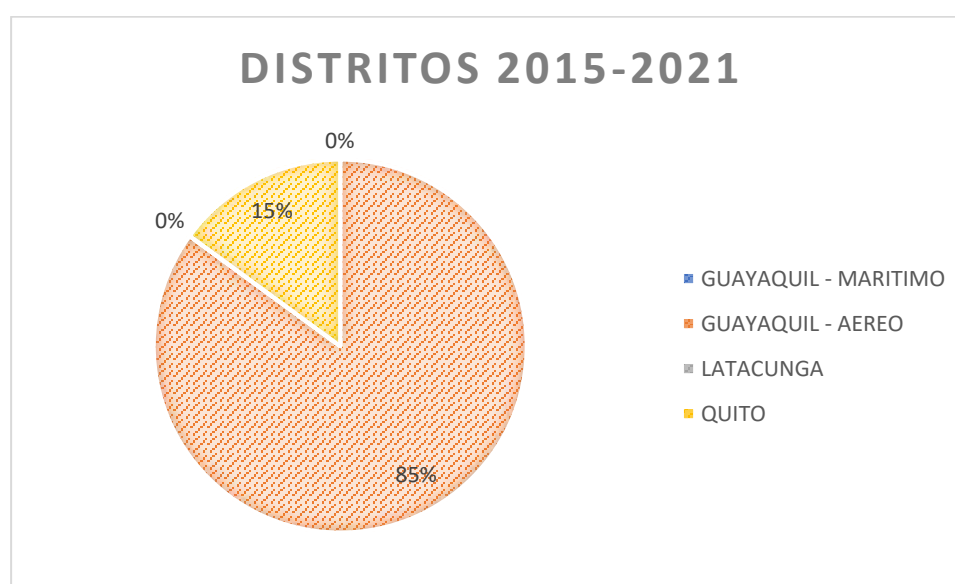
Distritos aduaneros

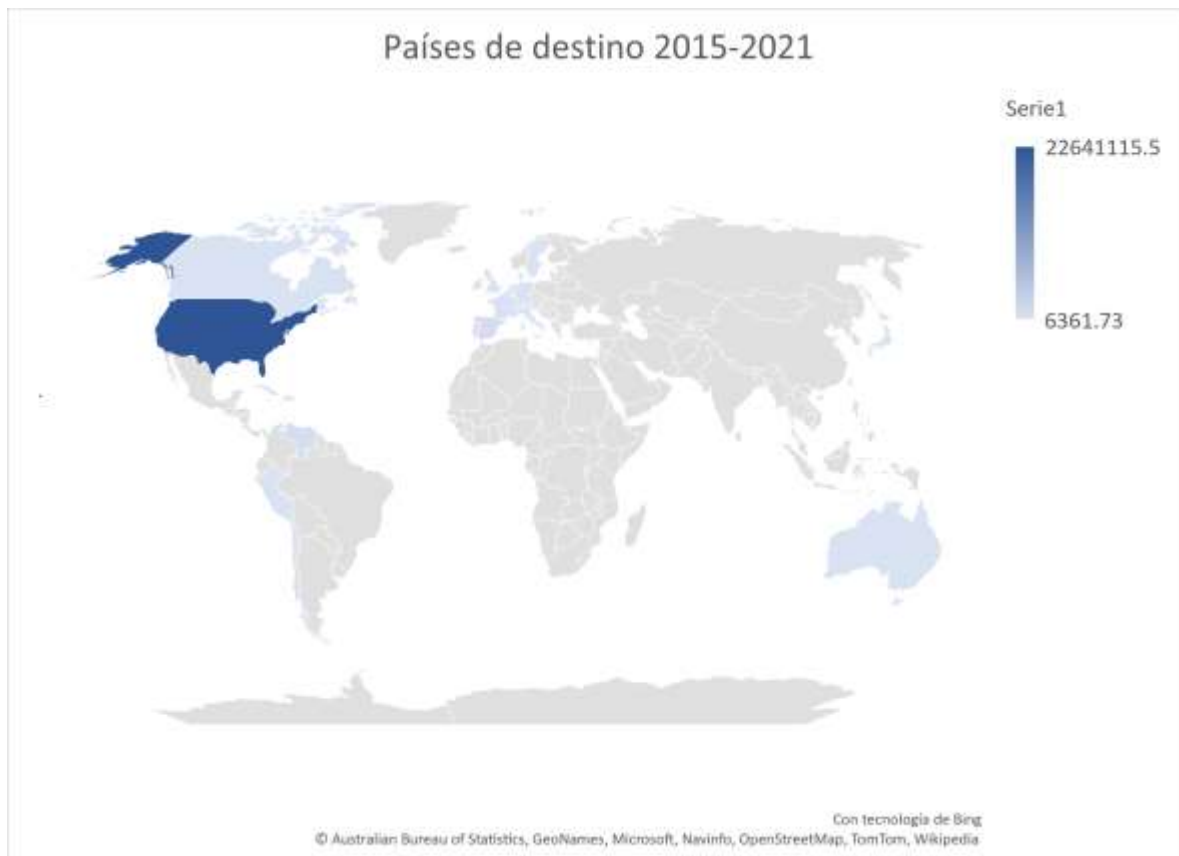
Los distritos aduaneros más utilizado para el envío por mensajería acelerada o Courier son principalmente Guayaquil-Aéreo (019) y Quito (055), siguiéndole por

Guayaquil-marítimo y la Latacunga, sin embargo, estos dos últimos no presentaron una fuerte frecuencia de exportaciones por el régimen 94. El 85% de exportaciones se realizaron por el distrito 019 y el restante fue en el distrito 055, dando por entendido que las empresas ecuatorianas prefieren enviar sus productos por vía aérea, ya que, es el medio más rápido.

Figura 16

Distritos Aduaneros (R-94)



Países de Destino**Figura 17***Países de destino (R-94)*

Los países a los cuales se exportaron con mayor frecuencia durante el periodo del 2015 al 2021 se pueden apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 5*Países y productos principales (R-94)*

País	Valor FOB	Productos
Estados Unidos	\$ 22.641.115,50	▪ Sombreros de paja toquilla
		▪ Flores y follajes
		▪ Dispositivos médicos de ortopedia
		▪ Bisutería de perlas de tagua
		▪ Chocolate
		▪ Manufacturas diversas
Panamá	\$ 3.686.298,47	▪ Aparatos electrónicos de telefonía
		▪ Aceites esenciales e inciensos
		▪ Dispositivos médicos de ortopedia
		▪ Bisutería
		▪ Sombreros de paja toquilla
		▪ Materias vegetales o minerales para tallar
		▪ Jabón artesanal
		▪ Juguetes
		▪ Manufacturas diversas
		▪ Servidores proyecto digital
▪ Cajas plegadizas		
España	\$ 823.487,02	▪ Muestras biológicas
		▪ Documentos
		▪ Adornos
		▪ Chocolates
Venezuela	\$ 687.994,18	▪ Vitaminas
		▪ Alimentos
		▪ Artículos para aseo personal
		▪ Ropa y calzado
		▪ Dulces
		▪ Manufacturas de cuero

País	Valor FOB	Productos
Cuba	\$ 586.259,86	▪ Alimentos
		▪ Llantas
		▪ Medicamentos
		▪ Juguetes
		▪ Dulces
		▪ Artículos para aseo personal
		▪ Ropa
Reino Unido	\$ 29.097,95	▪ Chocolate
		▪ Inciensos
		▪ Manufacturas diversas

Según el valor Fob exportado de las MiPymes, Estados Unidos ha tenido gran acogida de los productos enviados por el régimen 94, teniendo un el 79% de mercancías importadas por este país, siguiendo Panamá con el 13%, después España con 3%, luego Cuba y Venezuela con 2%, finalmente Reino Unido 1%.

Partidas arancelarias más importantes por el régimen 94

En el año 2015, la partida que más se utilizaba para la exportación por mensajería acelerada o Courier es la 9807, las mercancías que se enviaban habitualmente, eran artículos personales, las muestras sin valor comercial, kit de motos, ropa, calzado, alimentos, dulces, entre otras. La segunda partida es 8471, el producto más destacado era computadores y sus partes; la tercera partida es 6504, en la cual, comúnmente se enviaban cascos y sombreros de paja toquilla. El cuarto es 2007, aquí se destaca el pure de banana y muestras comerciales de banano, brócoli, monfí, sales minerales entre otras, los cuales son cajas, bandas material gráficas y finalmente la partida 8542, donde la mercancía a menudo eran CD, flash memory, tokens, tarjetas electrónicas.

Tabla 6*Partidas arancelarias principales del 2015 (R-94)*

2015		
1	9807	▪ Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos
2.	8471	▪ Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos y sus unidades; lectores magnéticos u ópticos, máquinas para registro de datos sobre soporte en forma codificada y máquinas para tratamiento o procesamiento de estos datos, no expresados
3.	6504	▪ Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos.
4.	2007	▪ Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
5.	8542	▪ Circuitos integrados y microestructuras electrónicas

Para el año 2016, la principal partida arancelaria es la 9807, donde generalmente son muestras sin valor comercial, alimentos, ropa, electrónicos, juguetes entre otras. En la segunda partida es 8542, los productos más frecuentes eran tarjetas (crédito, memoria, control), disco duro, ventiladores. La tercera partida es 8471, habitualmente se exporta CPU, equipos hard disk, computadora y sus partes, mientras el cuarto es 6504, generalmente los productos más importantes son los sombreros de paja toquilla, y finalmente la partida 2007, en donde a menudo se envía pure de banana, mango brócoli, remolacha y sus muestras sin fines comerciales.

Tabla 7*Partidas arancelarias principales del 2016 (R-94)*

2016		
1.	9807	▪ Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos
2.	8542	▪ Circuitos integrados y microestructuras electrónicas
3.	8471	▪ Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos y sus unidades; lectores magnéticos u ópticos, máquinas para registro de datos sobre soporte en forma codificada y máquinas para tratamiento o procesamiento de estos datos, no expresados
4.	6504	▪ Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos.
5.	2007	▪ Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

En el año 2017, de igual manera que en los anteriores años, la partida más importante en la exportación por mensajería acelerada o Courier es la 9807, generalmente son productos como muestras comerciales, pequeñas cantidades de alimentos, ropa, artículos personales, juguetes, etc. La segunda partida es 6504, en la cual, los sombreros de paja toquilla son que tienen relevancia. La tercera partida es 1806, los chocolates y sus derivados son los que se destacan en esta partida, que pueden ser muestras comerciales y tener presentaciones ecológicas, mientras que el cuarto es 8471, se destacan las laptops y kit hand held (asistente personal digital). Por último, la partida 9602 que se especializa en aretes, figuras, piezas y bisutería hechas en base a Tagua.

Tabla 8*Partidas arancelarias principales del 2017 (R-94)*

2017		
1.	9807	▪ Mercancías con tratamiento especial
2.	6504	▪ Sombreros, demás tocados, y sus partes
3.	1806	▪ Cacao y sus preparaciones
4.	8471	▪ Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos
5.	9602	▪ Manufacturas diversas

En el año 2018, la partida más destacada en el régimen 94 sigue siendo la 9807, con artículos personales, muestras de mercancía comercial, alimentos, ropa, entre otras. La segunda partida es 3301, los productos especialmente son inciensos y aceites esenciales. La tercera partida es 6504, donde, siempre se destacan los sombreros de paja toquilla; el cuarto es 3401, siendo jabones artesanales y sus muestras comerciales las mercancías más relevantes. Finalmente, la partida 3307, en la cual, comúnmente se trata de mercancías como aceites esenciales de aromaterapia y aguas aromáticas.

Tabla 9*Partidas arancelarias principales del 2018 (R-94)*

		2018
1.	9807	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercancías con tratamiento especial
2.	3301	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética
3.	6504	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sombreros, demás tocados, y sus partes ▪ Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas,
4.	3401	<ul style="list-style-type: none"> productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar, (ceras para odontología) y preparaciones para odontología a base de yeso frágule ▪ Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño,
5.	3307	<ul style="list-style-type: none"> depilatorios y demás preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, no expresados ni comprendidos en otra parte

Para el año 2019, la partida con mayores exportaciones por mensajería acelerada o Courier es la 9807, que es comúnmente, los artículos personales, prendas de vestir, productos comestibles, muestras comerciales. La segunda partida es 6504, donde se destacan los sombreros de paja toquilla. La tercera partida es 3301, generalmente son inciensos y aceite esencial. La cuarta partida es 3401, comprendido por jabones artesanales y cremas. Para concluir, la partida 9602, son productos diversos realizados con tagua.

Tabla 10*Partidas arancelarias principales del 2019 (R-94)*

		2019
1.	9807	▪ Mercancías con tratamiento especial
2.	6504	▪ Sombreros, demás tocados, y sus partes
3.	3301	▪ Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética
		▪ Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar, (ceras para odontología) y preparaciones para odontología a base de yeso frágule
4	3401	
5.	9602	▪ Manufacturas diversas

En el año 2020, la partida más empleada es 9807, las mercancías con mayor frecuencia eran presas de vestir, comida, juguetes, muestras son valor comercial. La segunda partida es 3301, el producto que más se exporta son los inciensos. La tercera partida es 6504, la mercancía con mayor demanda en esta partida son los sombreros de paja toquilla. El cuarto es 3307, los productos más comunes son el aceite esencial de diferentes tamaños y aguas aromática. Por último, la partida 9602 especializada en figuras, piezas y bisutería hechas con tagua.

Tabla 11*Partidas arancelarias principales del 2020 (R-94)*

2020		
1.	9807	▪ Mercancías con tratamiento especial
2.	3301	▪ Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética
3.	6504	▪ Sombreros, demás tocados, y sus partes
4.	3307	▪ Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética
5.	9602	▪ Manufacturas diversas

Finalmente, en el año 2021, la partida 9807 tiene mayor relevancia en la exportación por régimen 94, siendo los productos más enviados las muestras comerciales, ropa, juguetes y artículos personales, etc. La segunda partida es 6504, comprende sobre todo los sombreros de paja toquilla. La tercera partida es 3307, siendo la mercancía más destacada los incienso. La cuarta partida es 4819, los cuales son caja especialmente. Por último, la partida 3301, comúnmente se encuentra aceites esenciales para aromaterapia y aguas aromáticas.

Tabla 12*Partidas arancelarias principales del 2021 (R-94)*

2021		
1.	9807	<ul style="list-style-type: none"> • Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos
2.	6504	<ul style="list-style-type: none"> • Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos.
3.	3307	<ul style="list-style-type: none"> • Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios y demás preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, no expresados ni comprendidos en otra parte; preparación
4.	4819	<ul style="list-style-type: none"> • Cajas, sacos (bolsas), bolsitas, cucuruchos y demás envases de papel, cartón, guata de celulosa o napa de fibras de celulosa; cartonajes de oficina, tienda o similares
5.	3301	<ul style="list-style-type: none"> • Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética

CAPÍTULO V

Análisis de la entrevista

Como se mencionó en el anterior capítulo, el instrumento que se empleara es la entrevista, para el análisis cualitativo. Las personas a las cuales se les aplicó este instrumento, pertenecen al sector de las MiPymes que exportan por mensajería acelerada o Courier, según la base de datos manejada. Se pudo conocer, cuáles son las micro, pequeñas y medianas empresas, que exportaron mediante el régimen 94 durante los últimos 6 años de manera permanente.

En la siguiente tabla se presenta el listado de los entrevistados, las empresas a las que representan y el cargo que ostentan en las mismas, cabe recalcar, que los entrevistados son conocedores y encargados de manejar las exportaciones en dichas empresas.

Tabla 13

Personas entrevistadas

Entrevistados			
Nombre	Empresa	Categorización	Cargo
Alejandra Suvia	ANDECOLSA ANDEAN COLLECTION S.A.	Pequeña	Gerente
Christopher Lainer	CONFIEXPRESS CIA. LTDA.	Microempresa	Jefe operaciones de Courier
Jean Suarez	SUREXPRESS S.A.	Pequeña	Encargado de exportación e importación
Luis Lema	LATIN TRAVEL CIA. LTDA.	Mediana	Encargado área operativa de las exportaciones
Rocio Loor	EL ARTESAN S.A	Pequeña	Gerente

Análisis

Primero se proceda a realizar a transcripción de las entrevistas que fueron aplicadas, a las 5 personas concedoras de la logística internacional de las empresas mencionadas anteriormente. Las entrevistas fueron analizadas con el Software Atlas. Ti 9, con el fin de desarrollar el análisis cualitativo.

Para analizar las entrevistas es indispensable crear códigos que categoricen las partes importantes de las respuestas dadas por los representantes de las MiPymes, exportadoras por mensajería acelerada o Courier. Se crearon en total 28 códigos, a continuación, se puede apreciar en el gráfico todos los códigos empleados para el análisis cualitativo.

Figura 18

Códigos de la entrevista Atlas. Ti 9

Nombre	Enraizamiento	Densidad
◆ Amenaza	5	5
◆ Calidad de productos	4	2
◆ Cambios procesos administrat..	2	1
◆ Capacitaciones directas	6	1
◆ Competitividad	1	1
◆ Conocer productos	4	2
◆ Contratos	1	1
◆ Debilidad	5	3
◆ Directo a clientes	5	3
◆ Envío seguro	4	1
◆ Falta de información	2	1
◆ Finalidad comercial	4	5
◆ Fortaleza	5	5
◆ Internalización	5	3
◆ Lazos familiares	3	1
◆ Límites establecidos	5	1
◆ Mayor información	4	1
◆ Muestras comerciales	2	1
◆ Oportunidad	5	5
◆ Pandemia	1	1
◆ Poco Control	3	2
◆ Posicionamiento	3	1
◆ Proceso estándar	5	2
◆ Programa "Exportando"	1	1
◆ Recomendaciones	5	5
◆ Retrasos de embarque	3	2
◆ Servicio rápido y simplificado	5	2
◆ Sin finalidad comercial	6	3

Este análisis se basa en la experiencia que han tenido las empresas, al momento de exportar por el régimen 94, se detallara cuáles fueron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presentaron durante el proceso de exportación. Además, de recomendaciones para que las micro, pequeñas y medianas empresas puedan enviar sus productos, mediante este régimen y dar a conocer sus productos a nivel internacional.

Resultados de las entrevistas

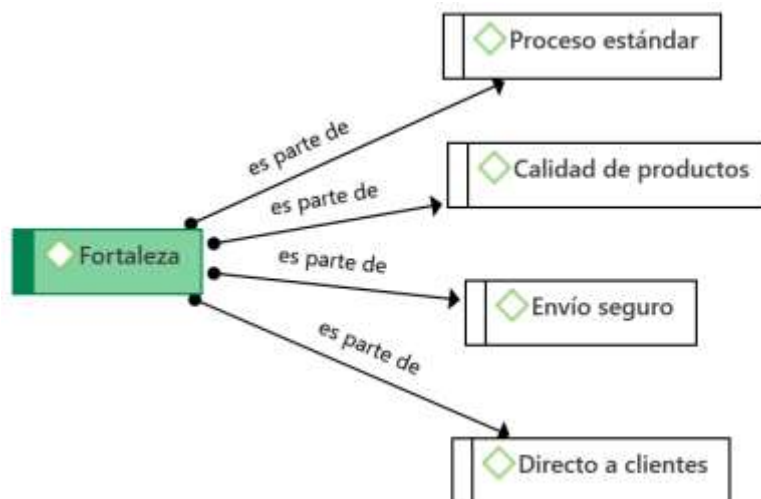
Las 5 entrevistas dieron a conocer los puntos más fuertes y débiles de cada empresa, además, explicaron cuáles fueron las razones por las que empezaron a exportar por mensajería acelerada o Courier, según la Gerente Alejandra Suvia, el principal motivo es gracias a la rapidez del servicio y los tramites simplificados, así mismo, el trato con el agente afianzado, es otra de las razones, ya que, permite tener buena comunicación evitando futuros problemas, y le solicitan con anticipación los documentos necesarios para la exportación de las mercancías (Suvia, 2022).

En el siguiente gráfico, se puede apreciar las fortalezas que son parte de las MiPymes. El proceso es estándar, se refiere a que la tramitación de la exportación es convencional, es decir, son muy eruditos en el procedimiento de envíos de mercancías al exterior, ya que han venido realizando esta actividad durante años. La siguiente es la calidad de los productos, según mencionaron, es fundamental mantener las altas cualidades de los productos, porque es muy apreciado para los consumidores internacionales, es como el valor agregado, porque en el país de destino se pueden vender el mismo producto, pero de menor calidad (Lainer, 2022). Los exportadores ven como su fortaleza que enviar por mensajería acelerado o Courier es seguro, debido a que, dejan la carga directamente en la agencia de Courier y va a llegar directamente al consumidor final o cliente, sin que pase por intermediarios. Tener clientes directos, se

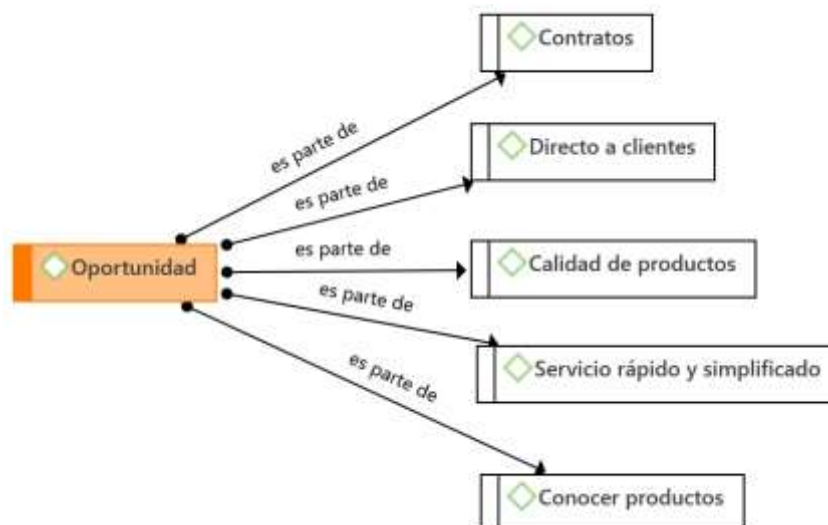
refiere a que las empresas cuentan con contratos, por lo cual, tiene consumidores fijos en el exterior, dándoles así, un seguro de estabilidad a nivel internacional (Suvia, 2022).

Figura 19

Red de Fortalezas



En cuanto a las oportunidades que se presentan cuando se exporta por el régimen 94, son concretar contratos con los consumidores, después de haber probado las mercancías objeto de exportación (muestras comerciales); otra es gracias a la cadena logística que manejan, porque es directa, por lo tanto, una vez que embarca llega directamente a las manos del cliente. Ciertos productos tienen mejor calidad, en comparación del producto extranjero, por consiguiente, el consumidor prefiere la mercancía ecuatoriana (Lainer, 2022). Otra oportunidad es la rapidez del servicio de exportación, ya que, el objeto de transacción puede llegar a su destino de 2 a 4 días, si el destino es Estados Unidos, en cambio, si es Europa se puede demorar hasta 2 semanas en recibir la mercancía (Lema, 2022). Adicionalmente, es posible dar a conocer los productos exportables, ya que, se envían muestras o pequeñas cantidades de los artículos que se pretende introducir en mercado extranjero (Suárez, 2022).

Figura 20*Red de Oportunidades*

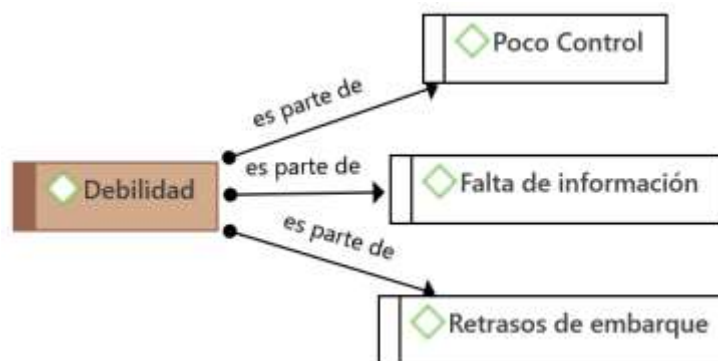
Las debilidades que supieron manifestar los entrevistados, fueron que se necesita un mayor control en las agencias de Courier, puesto que hay un sin número de personas que envían artículos personales (comida, prendas de vestir, juguetes) a sus familiares, pero también hay personas que tratan de camuflar sustancias sujetas a fiscalización y no cuentan con el personal suficientemente capacitado para las inspecciones y cuando llega la mercancía a la aduana los policías revisan los embarques con los perros antinarcoóticos, dando como resultado si encuentran droga en el embarque se retiene toda la mercancía, o caso contrario sale sin ningún problema (Suárez, 2022).

La falta de información, en cuanto como ayuda el régimen 94 y los recientes cambios que se ha dado, no permiten que las empresas puedan optar por registrarse en los programas destinados para las MiPymes, los cuales les benefician directamente (Suvia, 2022).

Se puede llegar a retrasar los embarques, dado que no hay suficiente personal que se encarga de los cambios o acontecimientos imprevistos, por lo tanto, la mercancía objeto de exportación no puede salir a tiempo según como se tenía previsto y se posponen para el siguiente día, una vez solucionados los problemas (Lainer, 2022).

Figura 21

Red de Debilidades



Las amenazas son dificultadas que no se pueden evitar, pero de una cierta manera si se puede reducir el impacto en las empresas. La principal amenaza que han sufrido las MiPymes ha sido la pandemia, debido a que, en el inicio de la crisis sanitaria, se suspendieron toda actividad que no sea de primera necesidad, dejando como resultado que las MiPymes se queden sin sus recursos o materia prima para elaborar sus artículos (Loor, 2022), tal es el caso de la empresa Andecolsa Andean Collection S.A., que se vio obligada a camuflar las semillas de árboles tropicales cuando solo se permitía la distribución de productos básicos, además que, se suspendieron vuelos internacionales, causando un incumplimiento de contratos que perjudicaban a las empresas (Suvia, 2022).

La competitividad es otro factor, puesto que el mercado es variado, igual que los precios, donde como resultado que las micro, pequeñas y medianas empresas tengan

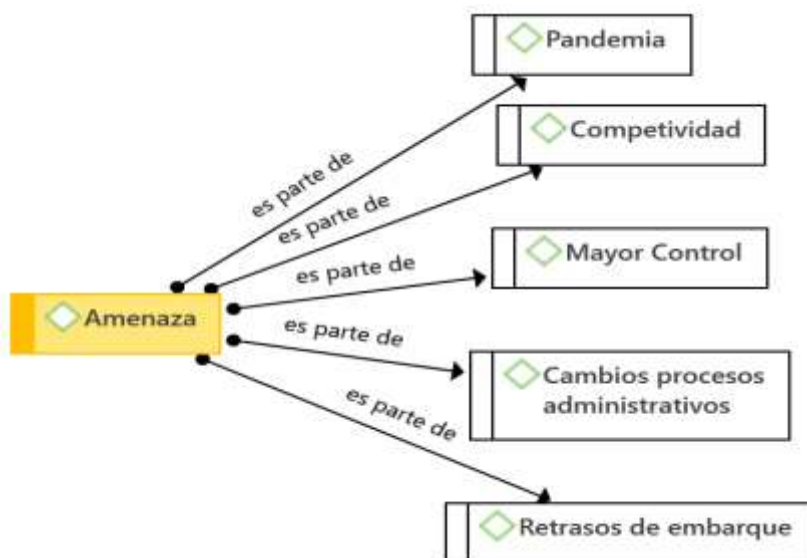
que igualar los precios a nivel internacional, en consecuencia, la utilidad que se gane puede verse reducida por el mercado dinámico (Lainer, 2022).

Como se había mencionada anteriormente, el control en las zonas aduaneras, es estricto, en el caso que se encuentre alguna sustancia ilícita o productos de prohibida exportación, el embarque se cierra herméticamente hasta que realicen un control en todas las mercancías, que se encontraban en ese momento, causando retrasos para todas las empresas y personas naturales que envían artículos mediante el régimen 94 (Lema, 2022).

El cambio en los procesos administrativos puede darse en cualquier momento, teniendo como resultado un incremento o reducción de los límites establecidos para la mensajería acelerada o Courier, además, solicitar más documentos de control previo, lo cual puede generar ciertas falencias hasta que la empresa se adapte y acostumbre a los cambios dados por la autoridad aduanera o el gobierno (Suárez, 2022).

Figura 22

Red de Amenazas



Las diferentes empresas que realizaron las entrevistas, también acotaron con varias recomendaciones, del por qué utilizar la exportación por mensajería acelerada o Courier (Régimen 94) como medio de internalización de sus productos.

Como se había mencionado en capítulos anteriores, existen dos categorías para exportar por Courier. La primera es sin fines comerciales y la más empleada, tanto para las empresas, como personas naturales, ya que envían objetos de usos personal a los familiares que residen en el exterior, del mismo modo, envían comida percibe que es difícil encontrar en dichos países, además esto se debe a que, buscan la forma de seguir teniendo lazos familiares a pesar de la distancia que los separa (Lainer, 2022). Por otro lado, las empresas envían muestras comerciales, para darse a conocer en el mercado internacional, y que así los consumidores tengan la oportunidad de probar estos artículos y los recomienden a otras personas, abriéndose paso para entrar a los nichos de mercado, en consecuencia, poder exportar en mayor cantidad hasta posicionarse internacionalmente (Loor, 2022).

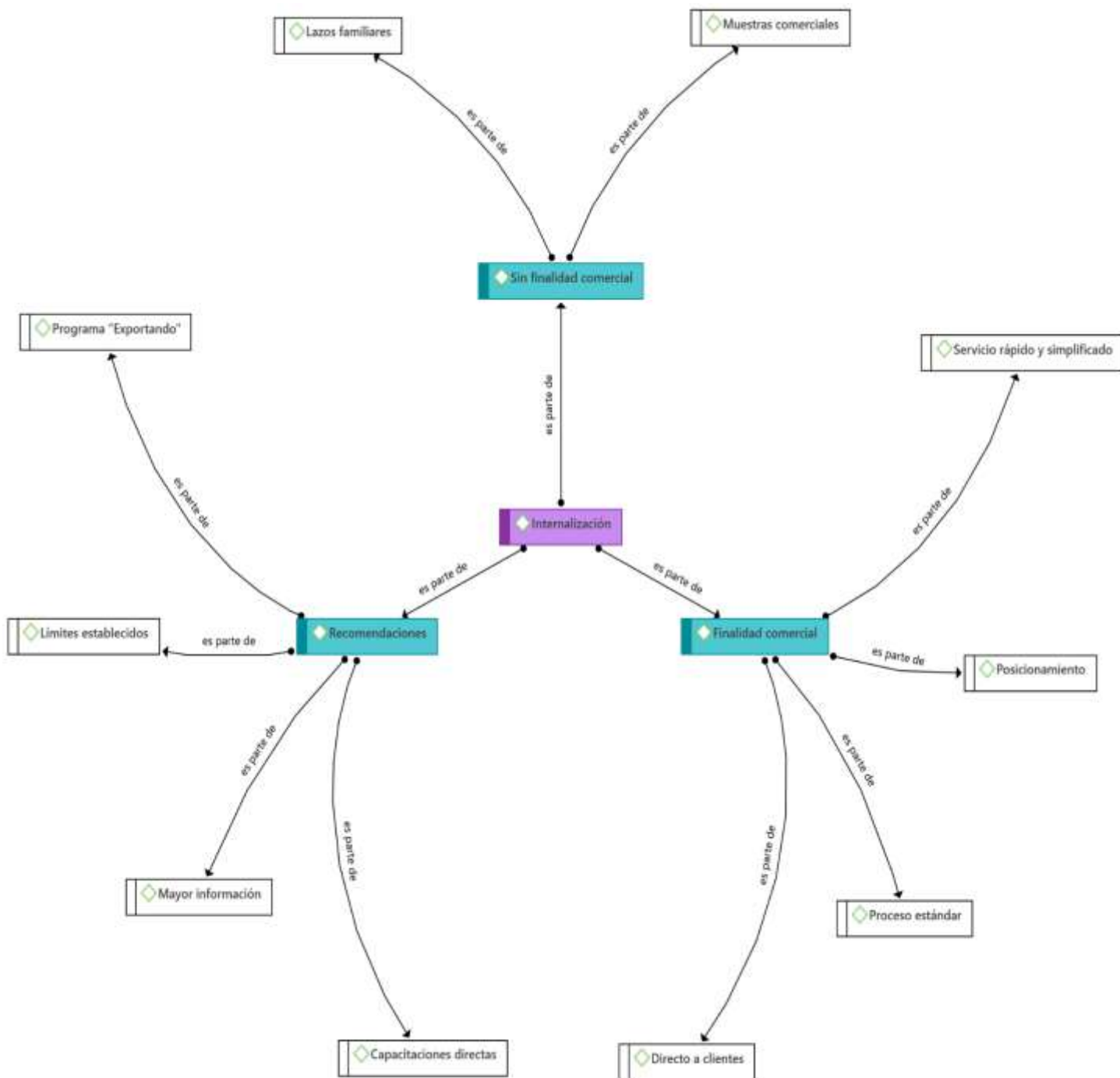
Referente a la categoría con fines comerciales, consideran que es una buena opción que las MiPymes empiecen utilizando el régimen 94, siempre y cuando primero se informan de una manera adecuada, como es el proceso logístico, los documentos que requieren, costos y gastos que van incurrir al momento de exportar (Lainer, 2022). Por otra parte, toman en consideración que la rapidez con la que se envían los productos es fundamental y que los procesos son simplificados, es decir, la aduana solicita una declaración simplificada de la mercancía a exportar, dado que son pequeñas cantidades tanto en valor Fob como en cantidad (Lema, 2022). Otra ventaja es que llega directamente al domicilio o empresa que solicitaron los productos, lo cual no se da muy frecuentemente cuando se exporta de manera definitiva, ya que, las empresas tienen que retirar de la zona aduanera (Loor, 2022). Una vez que los artículos

se conozcan en el exterior se puede tener un buen posicionamiento, por consiguiente, se aumentarían las exportaciones esporádicas hasta ser permanentes (Suárez, 2022).

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, el proceso de internalización requiere que las empresas se capaciten con anterioridad, busquen personas calificadas y expertas en este ámbito de exportación (Suvia, 2022), las cuales les deben asesorar, los límites que estable el gobierno para la exportación por este medio (Suárez, 2022), así mismo como es un proceso estandarizado y sencillo se pueden acoger rápidamente por las empresas que deseen enviar sus productos al exterior. Finalmente, comentaron que el nuevo programa “Exportando”, debería tener mayor difusión tanto para las MiPymes que exportan sus productos y para que recién quieren comenzar este proceso de internalización.

Figura 23

Red de Internalización



Ideas para el fortalecimiento en la internalización de MiPymes

Bajo la necesidad que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas, para expandirse en el exterior, es necesario fomentar a dichas instituciones para que utilicen este régimen, que, gracias al gobierno, se implementó varias reformas que las benefician, por lo tanto, es indispensable tener una buena difusión de la misma, ya sea por canales electrónicos, como personalmente. Adicionalmente, se debe tomar en cuenta los pros y contra que tiene este régimen.

En el anterior capítulo se pudo conocer cuáles son las principales amenazas y debilidades en el proceso de exportación bajo el régimen 94, por lo tanto, se busca dar alguna solución que pueda mejorar y ayudar a que las MiPymes a tener acceso más directo tanto a la información del procedimiento y costos logísticos, a continuación, se presentara una lista de ideas que fortalecerán la exportación bajo la exportación por mensajería acelerada o Courier:

- *Difusión directa y personalizada acerca del programa “Exportando*

El programa “Exportando” es de gran utilidad, porque brinda oportunidades para que las micro, pequeñas y medianas empresas puedan desenvolverse y penetrar el mercado extranjero.

Una de las causas por las que se debe poner mayor énfasis en la difusión de este programa, es debido a que las empresas que realizaron la entrevista, desconocían en totalidad de que se trataba. Por lo tanto, estas empresas no han podido acceder a las numerosas ventajas que ofrece este proyecto.

Es necesario que la Asociación Ecuatoriana de Empresas de Mensajería Expresa y Courier (ASEMEC), cuente con el apoyo de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, para comunicar a

todas las MiPymes acerca de los cambios y cómo funciona la exportación bajo el régimen 94 y, por ende, incentivar a estas instituciones para que tengan la posibilidad de expandirse a nivel internacional.

- *Inscribirse en el Registro Único de MiPymes (RUM)*

Como se ha mencionado previamente, para acceder a los beneficios que brinda el gobierno con el programa exportando, primeramente, las compañías deben inscribirse en el registro único de las MiPymes llamado RUM, puesto que, este es un requisito indispensable para aprovechar las ventajas y acceder a las constantes capacitaciones que se emiten por la red social del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca en Facebook, ahora llamada Meta.

De igual forma, sería conveniente que las SUPERCIAS mantuvieran una base de datos conjunta con ASEMEC, en donde las empresas bajo el control de la entidad mencionada en primer lugar, no tuvieran que hacer el registro, gracias a que, estaría registrada en la superintendencia de compañías, evitando así, otro trámite y facilitando el acceso al programa "Exportando".

- *Pedir a la autoridad de antinarcóticos capacite al personal de los Courier*

Es imperativo que la autoridad antinarcóticos asesore a las empresas Courier de cómo evitar que personas con intenciones dolosas, quieran enviar mercancía contaminada con sustancias sujetas a fiscalización, por lo cual, es recomendable que personal de estas instituciones se especialicen en cómo detectar si las mercancías están contaminadas y se pueda dar aviso a las autoridades pertinentes, evitando así futuros problemas en el embarque.

Otra opción factible, es que la autoridad correspondiente abra sitios para revisar las mercancías previo al ingreso en la zona aduanera, ya que, una vez encargar adentro, si se encuentra o hay sospechas que los paquetes estén infectados, se va a proceder al cierre hermético y se suspenderá el embarque de todos los paquetes que estén en ese embarque hasta que termine la inspección y den luz verde para que el resto de la mercancía sea exportada.

- *Tener un socio comercial*

Para tener un mercado fijo en el exterior es necesario tener por lo menos un socio comercial, el cual, este encargado de distribuir los objetos exportados en el país de destino. Este socio debe asegurarse que los productos se vendan y sea del gusto del consumidor, así mismo, de la promoción, distribución para que la mercancía se posicione en el mercado extranjero.

Se recomienda viajar al país, al cual se pretende enviar la mercancía objeto de exportación, para conocer un poco más del destino y conocer posibles colaboradores, interesados en comerciales los productos ecuatorianos.

- *Escoger un medio para comercializar los productos*

Un requisito esencial, es identificar cual es el medio óptimo para la difusión y promoción de los artículos que se espera posicionar en el mercado internacional. Como se trata de micro, pequeñas y medianas empresas que no cuentan con muchos recursos, lo más factible sería que utilicen el e-commerce o comercio electrónico, puesto que no requiere de mucha inversión, ya sea de tiempo o valor monetario.

- *Conocer el país de destino*

Uno de los factores claves para que el producto tenga éxito en el exterior, es empaparse de la información posible del lugar, donde se presente posicionar el producto. Es importante conocer cuáles son los requisitos que necesita la mercancía para entrar a dicho país, además de conocer las políticas que rige, costumbres, hábitos que tienen las personas y sumamente indispensable saber si los artículos no son de prohibición importación en los países de destino.

Cuando se tenga la información completa del país escogido, se realiza cotizaciones con diferentes navieras o aerolíneas para contar con diferentes opciones de exportación por Courier, adicionalmente, verificar que todos los documentos necesarios estén en orden y vigentes para no tener dificultadas en el embarque.

- *Tener redes comerciales*

Disponer de una amplia red de contactos, es fundamental porque pueden ayudar a solventar cualquier dificultad, que se pueda presentar antes, durante o después de la exportación, puesto que pueden brindar o apoyar con ciertos recursos que no poseen las MiPymes en esos momentos. Así pues, contar con ayuda nunca va a ser innecesario, puesto que, no se sabe cuándo va suceder algún imprevisto.

Adicionalmente, las redes pueden ayudar a penetrar el mercado, dado que son conocedores y expertos, porque han venido desarrollándose en el mismo, por lo tanto, la información que se recibe es muy concreta y precisa, dando la oportunidad de crear estrategias para acaparar y posicionar los productos en el mercado internacional.

- *Catálogo Digital*

El gobierno debería implantar un catálogo digital, en el cual, las MiPymes puedan promocionar sus productos de manera más sencilla, es decir, este catálogo debe ser difundido a nivel internacional, como una herramienta donde pueden encontrar productos diversos.

Esto beneficiaría a las compañías, ya que estarían ofertando sus productos de una manera sencilla, además, el consumidor extranjero podrá elegir y conocer todos los productos que se encuentren disponibles en la página. Dando así mayor dinamismo al comercio.

En la siguiente tabla se podrá ver, un resumen de cómo se podría fortalecer la internalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Tabla 14

Ideas para el fortalecimiento en la internalización de MiPymes

<i>Ideas de mejora</i>	
1	<i>Difusión directa y personalizada acerca del programa "Exportando</i>
2	<i>Inscribirse en el Registro Único de MiPymes (RUM)</i>
3	<i>Pedir a la autoridad de antinarcóticos capacite al personal de los Courier</i>
4	<i>Tener un socio comercial</i>
5	<i>Escoger un medio para comercializar los productos</i>
6	<i>Conocer el país de destino</i>
7	<i>Tener redes comerciales</i>
8	<i>Catálogo Digital</i>

CAPÍTULO VI

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- Se concluye que los sectores económicos más representativos en la exportación por mensajería acelerada o Courier, solo exportan mercancías sin fines comercial, en otras palabras, los productos que envían al exterior no tienen valor económico, puesto que son artículos de primera necesidad, que mandan a sus familiares, por lo tanto, no contribuye a la economía del país.
- El desconocimiento de las nuevas reformas emitidas por el gobierno, es una causa por la que las MiPymes no opten por utilizar el régimen 94 para internacionalizarse, dado que, no conocen cuales son los beneficios de este régimen, además, los procesos son más sencillos en comparación a la exportación definitiva.
- Las MiPymes utilizan la mensajería acelerado o Courier para enviar sus productos al extranjero, debido a que no son grandes cantidades o de gran valor comercial, también se debe a que el tiempo empleado para la exportación es el óptimo para las necesidades individuales y colectivas.
- Debido a la pandemia las MiPymes han sufrido dificultades en obtener la materia prima necesaria para elaborar sus productos objetos de exportación, causando retrasos en sus contratos, además, de optar por otras formas de obtener los recursos indispensables para su elaboración.
- Debido a la difícil situación sanitaria y económica que se está atravesando, no se ha podido elaborar las entrevistas en un alto porcentaje, debido a las diferentes razones como: falta de voluntad o colaboración, falta de tiempo, falta de personal, el personal encargado

está enfermo con covid-19, las políticas de la empresa no permiten dar información interna de sus actividades de exportación y desconocimiento total o parcial de este régimen.

- En conclusión, el total de las micro, pequeñas y medianas empresas que han exportado por el régimen 94 (exportación por Courier) son 644, sin embargo, la gran mayoría de estas instituciones no se han mantenido enviando productos al exterior y algunas de ellas han cesado sus actividades, por lo que, solo 20 empresas son las que se mantuvieron.

Recomendaciones

- Se recomienda adoptar el régimen 94 (exportación por Courier) para la internalización de las MiPymes, que recién están intentando entrar a territorio internacional, dado que, permite enviar pequeñas cantidades a un menor costo y de manera esporádica, hasta conseguir establecerse en el mercado y exportar un volumen superior.
- Fomentar cada vez más la cultura de internalización a los sectores económicos de manufactura y comercio, para que envíen sus productos con finalidad comercial al mercado extranjero, tomando en cuenta que estos sectores mejorarían el dinamismo del mercado, generando más empleos y, por ende, ayudando a la economía del país.
- Se recomienda a las empresas tanto privadas como públicas den mayor apertura a información relacionada con su actividad económica, con la finalidad de realizar un análisis más a detalle, cuyos resultados puedan contribuir a la internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas, siendo un ejemplo a seguir por dichas instituciones.

- Mantenerse informado constantemente, mediante las capacitaciones que ofrecen la Asociación Ecuatoriana de Empresas de Mensajería Expresa y Courier (ASEMEC) y el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, en sus redes sociales y páginas oficiales, en donde se podrá encontrar la información necesaria para empezar a exportar mediante el régimen 94 y los bastos beneficios que ofrecen.

Referencias

Aduana del Ecuador. (2011). *Evolución del Courier en el Ecuador* [Archivo PDF].

http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/tir_baires11_aduana_ecuador.pdf

Araya, A. L. (2009). El proceso de internacionalización de las empresas. *Tec*

empresarial, 3(3), 18-25. Recuperado el 24 de julio de 2021, de

[file:///C:/Users/980013814/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/980013814/Downloads/Dialnet-EIProcesoDeInternacionalizacionDeEmpresas-3202468.pdf)

[EIProcesoDeInternacionalizacionDeEmpresas-3202468.pdf](file:///C:/Users/980013814/Downloads/Dialnet-EIProcesoDeInternacionalizacionDeEmpresas-3202468.pdf)

Área de Libre Comercio de las Américas. (1999). *ANEXO II Medidas Referentes a*

Asuntos Aduaneros [Archivo PDF]. [https://cedib.org/wp-](https://cedib.org/wp-content/uploads/2012/10/Anexo-II-Reunion-Toronto-99.pdf)

[content/uploads/2012/10/Anexo-II-Reunion-Toronto-99.pdf](https://cedib.org/wp-content/uploads/2012/10/Anexo-II-Reunion-Toronto-99.pdf)

Asamblea Nacional. (2010). Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión.

Registro Oficial Suplemento # 351 - 29-12-2010, Quito.

Asamblea Nacional. (2011). Reglamento del Código Orgánico de la Producción

Comercio e Inversión. Registro Oficial Suplemento #452 – 19-05-2021, Quito.

ASEMEC. (2021). Exportando. ASEMEC: [https://asemec.com.ec/mipymes-contaran-](https://asemec.com.ec/mipymes-contaran-con-nuevas-herramientas-para-exportar/)

[con-nuevas-herramientas-para-exportar/](https://asemec.com.ec/mipymes-contaran-con-nuevas-herramientas-para-exportar/)

Barney, J. B. (1986A). Strategic Factors Markets: Expectation, Luck and Business

Strategy. *Management Science*, 32, 1231-1241.

Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of*

Management, 17(1), 99-120.

- Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2010, 3 de septiembre). Sistema postal Thurn y Taxis . Enciclopedia Británica . <https://www.britannica.com/topic/Thurn-and-Taxis-postal-system>
- Cabello, S. Y. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Lex-Revista de la facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 12(14), 199-218. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21503/lex.v12i14.623>
- Calle Aguilar, J. E. (2020). Internacionalización de las pymes: barreras y estrategias.
- Cámara de Comercio de Quito. (2017). Clasificación de las PYMES, pequeña y mediana empresa. Cámara de Comercio de Quito: http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf
- Camino, S., Reyes, A., Apraes, D., Brav, D., & Herrera, D. (2017). Estudios Sectoriales: MIPYMES y Grandes Empresas. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador: https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02
- Comisión Europea. (2006). La nueva definición de Pyme. Guía del usuario y ejemplo de declaración. Empresa e Industria.
- Comunidad Andina. (2019). DECISIÓN 848. LIMA – PERU.
- Duarte, F. (2010). Las aduanas y su rol en el comercio internacional. *Revista Lidera*, (5), 6-9.
- Ellis, P. (2000). "Social ties and foreign market entry". *Journal of International Business Studies*. Vol. 3 (3).

- España España, B. K., & Huerta Lecaro, J. V. (2021). Operatividad aduanera y su incidencia en el régimen Courier (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2021.).
- Fong Reynoso, C. (2017). Competitividad e internacionalización de las MIPYMES en México. Guadalajara: SEP-CONACYT
- Gonzales V., M. A., y Pérez A., J. V. (2020). Factores del modelo de internacionalización que incidieron en el desarrollo de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica, periodo 2014-2018.
- Guerras, L., y Navas. (2007). La dirección estratégica de la empresa: Teoría y aplicaciones. Thomson-Civitas, 249-250.
- Hurtado, P. L. D., Aguirre, O. E. M., Lesmes, G. A. Z., & Castellanos, J. D. G. (2021). Internacionalización de empresas latinas: evolución y tendencias. *Económicas Cuc*, 42(1), 122-152.
- Ibáñez, A. A., & Martín, A. F. A. L. (2004). El proceso de la entrevista: conceptos y modelos. Editorial limusa.
- Jiménez, N. (2016). Estudio de los procesos de internacionalización y políticas de marketing internacional de empresas vitivinícolas catalanas de la DO cava en China. Recuperado el 29 de junio de 2021, de https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/393886/Tesi_Noelia_Jimenez_Asenjo_de_Pedro.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Johanson, J. y Vahlne, J. E. (1977): "The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitments". *Journal of International Business Studies*, vol. 8.

- Johanson, J. y L., Mattson (1988). "Internationalization in industrial systems. A network approach". En: Hood, N. y J., Valhne. Strategies in global competition. Londres: Croom Helm
- Johanson, J. y Vahlne, J. E. (1990):. "The mechanism of internationalization". International Marketing Review, vol. 7, n° 4.
- Kerlinger, F.N., (1979). Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento. México, D.F: Nueva Editorial Interamericana. Mexico, p.116.
- La Conformación del Área de Libre Comercio de las Américas. (1999). Comisión Económica para América Latina y El Caribe-CEPAL. CEP, 50(12).
- Lainer, C. (27 de Enero de 2022). Jefe de operaciones Courier. (T. Trujillo, Entrevistador)
- Lema, L. (25 de Enero de 2022). Encargado área operativa de exportaciones. (T. Trujillo, Entrevistador) Referencias
- Loor, R. (27 de Enero de 2022). Gerente. (T. Trujillo, Entrevistador)
- Martínez, P. (2011). Promoción de exportaciones. El caso de las Mipymes del caribe colombiano. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.
- Mera Cruz, P. A. (2019). Análisis al proceso del tráfico postal internacional y mensajería acelerada courier, realizado por las empresas privadas que operan en zona de carga aérea en el primer distrito de aduana Guayaquil (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2019.).
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2018). Registra tu MIPYME.
http://servicios.industrias.gob.ec/site_rum/rum.html

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (s.f.).

PLATAFORMAS RUM - RUA - RNE. Apoyo al emprendedor:

<https://sites.google.com/view/apoyoemprendimiento/formalizaci%C3%B3n>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021). Se lanzó

Exportando para facilitar las exportaciones de las MiPymes.

<https://www.produccion.gob.ec/se-lanzo-exportando-para-facilitar-las-exportaciones-de-las-mipymes/>

Monreal J. P. (2009), Análisis del comportamiento exportador de la empresa española desde el enfoque de los recursos y las capacidades. Tesis doctoral Universidad de Murcia. Disponible en <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/11003/MonrealPerez.pdf>

Orbegozo G. y Drucker P. F. (2000), "Gestión el conocimiento", Harvard Business Review, Ediciones Deusto, nº ISBN: 8423417247

Organización Mundial de Aduanas. (2018). Guidelines for the Immediate Release of Consignments by Customs. III: <http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/facilitation/instruments-and-tools/tools/immediate-release-guidelines/immediate-release-guidelines.pdf?db=web>

Organización Mundial del Comercio. (2016). La Aplicación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio. OCDE.

Power Bi (2021). Base de datos del régimen 94. Obtenido de

<https://app.powerbi.com/groups/me/reports/b71ad721-1375-408b-ab85-39eae4812ca/ReportSection>

Rialp, A. y J. Rialp (2001). "Conceptual frameworks on SME's internationalization: past, present and future trends of research". En: Axxim, C. N. y Matthyssens, P. *Ressessing the internatonalization of the firm, advances in international marketing*. Amsterdam: JAI/Elsevier Inc.

Serrano, A. S. (2017). Entrada en vigor del Acuerdo de Facilitación del Comercio. Boletín económico de ICE, Información Comercial Española, (3086), 3-10.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2021), "Envíos Courier o Postal", `Aduana del Ecuador`[Tabla]. Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/envios-courier-postal/>.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2021), "Resolución Nro. SENAE-DGN-2015-0641-RE", `Aduana del Ecuador`. Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2015/SENAE-DGN-2015-0641-RE.pdf/>.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (agosto 05, 2015). Resolución Nro. SENAE-DGN-2015-0641-RE. *Regulaciones para los envíos al exterior de mercancías con y sin finalidad comercial, bajo los regímenes de excepción: "Tráfico Postal" y "Mensajería Acelerada o Courier"*. <https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2015/SENAE-DGN-2015-0641-RE.pdf>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (noviembre 28, 2013). Resolución Nro. SENAE-DGN-2013-0472-RE. *Reglamento para los Regímenes de Excepción: "Tráfico Postal Internacional" y "Mensajería Acelerada o Courier"*.

<https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/1-SENAE-DGN-2013-0472-RE.pdf>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (octubre 08, 2014). Resolución Nro. SENAE-DGN-2014-0620-RE. *Reformas al Reglamento para los Regímenes de Excepción: “Tráfico Postal Internacional” y “Mensajería Acelerada o Courier”.*

<https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/SENAE-DGN-2014-0620-RE.pdf>

Suárez, J. (28 de Enero de 2022). Encargado de exportación e importación. (T. Trujillo, Entrevistador)

Supercias. (2020). EMPRESAS SUJETAS AL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. SUPERCIAS:

<https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/#ps>

Suvia, A. (28 de Enero de 2022). Gerente de Andecolsa Collection S.A. (T. Trujillo, Entrevistador)

Taylor, S.J. y Bogdan, (1992). Introducción a los métodos cualitativos en investigación. Ed. Paidós, España, p.100 -132

Unión Postal Universal. (s.f.). Conference Hall Rentals. Unión Postal Universal:

<https://www.upu.int/getmedia/655c3ec1-970a-4485-8535-23741e6ad557/UPU-conference-halls-rentals-brochure.pdf>

Universal Postal Union. (s.f.). Historia. Unión Postal Universal:

<https://www.upu.int/en/Universal-Postal-Union/About-UPU/History>

UPU. (2018). Guía conjunta OMA–UPU para el despacho aduanero postal:
<https://www.upu.int/UPU/media/upu/files/postalSolutions/programmesAndServices/postalSupplyChain/customs/guideWcoUPUCustomsEs.pdf>

Viteri, J. (16 de Enero de 2018). Noticias Actuales del Comercio del Exterior. Obtenido de <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2009/12/requisitos-aduanaregimen.html#ixzz5PJ4IJ78T>

Welch, L.S y Luostarinen, R.K. (1988), "Internationalization: Evolution of a Concept." *Journal of General Management*. 14 (2) 36-64.

Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180.

ANEXOS