



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TEMA: ESTRUCTURA DE PRECIOS DE LA PARTIDA DEL SISTEMA
ARMONIZADO 87.03. (AUTOMÓVILES DE TURISMO) EN LA
COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES.**

**AUTORES: ANDRADE CEVALLOS, DIEGO DARÍO
GARCÍA LÓPEZ, JESSICA ESTEFANIA**

DIRECTOR: QUINTANA SANCHEZ, ARMANDO MIGUEL

SANGOLQUÍ

2018



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “*ESTRUCTURA DE PRECIOS DE LA PARTIDA DEL SISTEMA ARMONIZADO 87.03. (AUTOMÓVILES DE TURISMO) EN LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES*”, realizado por el señor DIEGO DARÍO ANDRADE CEVALLOS y la señora JESSICA ESTEFANIA GARCÍA LÓPEZ, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, marzo del 2018

Atentamente



ING. ARMANDO MIGUEL QUINTANA SÁNCHEZ
CC: 060181255-5
DIRECTOR



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD


Nosotros, Andrade Cevallos Diego Darío y Jessica Estefanía García López declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: “*ESTRUCTURA DE PRECIOS DE LA PARTIDA DEL SISTEMA ARMONIZADO 87.03. (AUTOMÓVILES DE TURISMO) EN LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES*”, es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, marzo del 2018



**DIÉGO DARÍO
ANDRADE CEVALLOS
C.C.: 171784595-0**



**JESSICA ESTEFANÍA
GARCÍA LÓPEZ
C.C.: 172214392-0**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **DIEGO DARÍO ANDRADE CEVALLOS** y **JESSICA ESTEFANÍA GARCÍA LÓPEZ**, Autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas, la publicación en la biblioteca virtual de la Institución el trabajo denominado “*ESTRUCTURA DE PRECIOS DE LA PARTIDA DEL SISTEMA ARMONIZADO 87.03. (AUTOMÓVILES DE TURISMO) EN LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES*” cuyo contenido, ideas y criterios es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, marzo del 2018

**DIEGO DARÍO
ANDRADE CEVALLOS
C.C.: 171784595-0**

**JESSICA ESTEFANÍA
GARCÍA LÓPEZ
C.C.: 172214392-0**

DEDICATORIA

A Dios, porque sin él nada sería posible, ya que con su Bendición he culminado un proceso más en mi vida.

A mis padres, Efraín y Patricia, en primer lugar por darme la vida, por ser un gran ejemplo y apoyarme en todo momento para cumplir mis metas.

A mi hermano Steeven por ser una persona incondicional y enseñarme que la edad no es una barrera para tener una gran responsabilidad.

A mi hijo, Theo Agustín por ser mi fuente de inspiración día a día y para quien seré un gran ejemplo.

A todas las personas, amigos y familiares que han estado directa o indirectamente en este trayecto universitario y por ende son parte de mi logro.

Diego Darío Andrade Cevallos.

DEDICATORIA

Cada esfuerzo que se realice en la vida tendrá una magnífica recompensa, es por eso que quiero dedicar este trabajo primeramente a Dios porque todo se realiza acorde a su voluntad.

A mis padres Luis García y Margoth López por guiarme por un buen camino, para ustedes papitos que han sido mi apoyo incondicional, ejemplo de lucha, por ser mi guía y soporte.

Sobre todo, a mi esposo Christian, gracias amor mío por cada día estar a mi lado, por recordarme que soy valiente y que lo voy a lograr, por cada noche de desvelo junto a mí, tu siempre has creído en mí y has luchado por nuestro futuro, tú me has ayudado a sobrellevar cada obstáculo, te admiro por ser la persona intachable y de hermoso corazón.

Jessica Estefanía García López

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por permitirnos seguir a delante con este maravilloso sueño, por ser la base de nuestras vidas y por bendecirnos día a día con la oportunidad de aprender.

A nuestra querida Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por abrirnos las puertas y brindarnos la oportunidad de llegar a realizarnos como profesionales en tan aclamada e importante institución.

A nuestros apreciados maestros, quienes nos han brindado su conocimiento, permitiéndonos aprender cada día algo nuevo, gracias por todas sus enseñanzas tanto en educación como en valores y principios.

A nuestro querido Director, el MsC. Armando Quintana, por impartirnos de su conocimiento para plasmar nuestras ideas en éste Proyecto de Investigación.

A todos nuestros queridos amigos y compañeros, que si no hubiesen estado junto a nosotros en las aulas de clase no hubiésemos tenido un camino tan satisfactorio en este importante logro.

Diego Andrade y Jessica García

TABLA DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	i
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
INDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE ILUSTRACIONES	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
CAPITULO I	1
1. EL PROBLEMA	1
1.1 Tema	1
1.2 Delimitación del tema	1
1.3 Planteamiento del problema	2
1.4 Objetivos.....	3
1.4.1. Objetivo general	3
1.4.2. Objetivos Específicos	3
1.5 Justificación	4
CAPITULO 2	6
2. MÉTODO	6
2.1 Modelo de Análisis	6
2.2 Marco Teórico.....	10
2.3 Teorías de soporte	11
2.4 Marco Referencial	23
2.5 Marco conceptual	27
2.6 Enfoque de investigación Mixto	30
2.7 Tipología de investigación	31
2.8 Por su finalidad Aplicada	32
2.9 Por las fuentes de información Documental	32

2.10 Por las unidades de análisis De laboratorio.....	34
2.11 Por el control de las variables No experimental.....	34
2.12 Por el alcance Descriptivo	34
2.13 Instrumentos de recolección de información Bibliografía	35
2.14 Procedimiento para recolección y análisis de datos	35
2.15 Cobertura de las unidades de análisis Censo	36
2.16 Procedimiento para tratamiento y análisis de información Análisis	36
CAPITULO 3	37
ESTRUCTURA DE PRECIOS.....	37
CAPÍTULO IV.....	60
DISCUSIONES.....	60
BIBLIOGRAFÍA.....	63

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Planteamiento del Problema</i>	2
Tabla 2 <i>Operaciones comerciales en la Comunidad Andina por marca</i>	39
Tabla 3 <i>Operaciones comerciales en la CAN por marca y país</i>	41
Tabla 4 <i>Montos de importación por marca y país</i>	43
Tabla 5 <i>Estructura de precios por marca y país</i>	45
Tabla 6 <i>Estructura de precios por marca y país</i>	47
Tabla 7 <i>Estructura de precios por marca y país</i>	48
Tabla 8 <i>Estructura de precios por marca y país</i>	50
Tabla 9 <i>Estructura de precios por marca y país</i>	51
Tabla 10 <i>Estructura de precios por marca y país</i>	53
Tabla 11 <i>Estructura de precios por marca y país</i>	54
Tabla 12 <i>Estructura de precios por marca y país</i>	55
Tabla 13 <i>Estructura de precios por marca y país</i>	56
Tabla 14 <i>Estructura de precios por marca y país</i>	57

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Método.....	6
Figura 2 Diferencial costo de importación – precio de venta al público.	58
Figura 3 Diferencial costo de importación – precio de venta al público.	59

RESUMEN

El mercado automotriz, es uno de los más importantes dentro de toda sociedad porque los vehículos forman parte esencial en nuestras vidas, y es por esto que el estudio que se ha realizado en cuanto a las importaciones de vehículos por parte de cada país en la Comunidad Andina es de gran interés para las personas, ya que mediante el estudio de bases de datos se determinó cuáles son las políticas comerciales que influyen sobre los precios de los vehículos tanto en Colombia, Ecuador y Perú, de igual manera determinando una comparativa en cada país por marca de vehículo y por precios mínimos y máximos. Logrando concluir que realmente en la CAN no se puede hablar que exista una integración absoluta de los países, motivo por el cual cada uno de ellos maneja su política comercial y acuerdos comerciales según le convenga y por tal atribución los precios se encuentran en una escala diferente en cada uno de ellos. Hemos determinado que en Ecuador se elevan los precios hasta un 220%, es decir que el consumidor pagará el doble y más sobre el valor de la importación del vehículos por el pago excesivo de impuestos, tales como el Impuesto al Consumo Especial (ICE) mientras que en Perú se maneja una política diferente, incluso pudiendo importar automóviles usados.

PALABRAS CLAVE

- **MERCADO AUTOMOTRIZ**
- **IMPORTACIONES**
- **POLITICA COMERCIAL**
- **BASE DE DATOS**

ABSTRACT

The automotive market is one of the most important in any society because vehicles are an essential part of our lives, and that is why this study which has been realized regarding the imports of vehicles by each country in the Community Andina is of great interest to people, since through the study of databases it was determined those commercial policies that influence the prices of vehicles in Colombia, Ecuador and Peru, in the same way establishing a comparison in each country by vehicle brand and by minimum and maximum price. We can conclude that the CAN does not work as an absolute integration between countries, which is why each of them manages its commercial policy and agreements on its own, and for this attribution the prices are so different in each one of them. We have determined that in Ecuador prices are raised up to 220%. It means the customer will pay double and even more of its own value for importing the vehicles due to excessive taxes payments, such as the Special Consumption Tax (ICE). Meanwhile in Peru where a different policy is handled, such as being able to import used cars.

KEY WORDS

- **AUTOMOTIVE MARKET**
- **IMPORTS**
- **COMMERCIAL POLICY**
- **DATABASE**

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 Tema

Estructura de precios de la partida del sistema armonizado 87.03. (Automóviles de turismo) en la Comunidad Andina de Naciones.

1.2 Delimitación del tema

Estructura de precios de la partida del sistema armonizado 8703.23.90.90 aglutinando automotores tipo vehículos y Jeeps con cilindrajes que comprenden los 1500 y 3000 cm³, en el año 2017, en la Comunidad Andina de Naciones

1.3 Planteamiento del problema

Tabla 1

Planteamiento del Problema

DEPENDIENTES	INDEPENDIENTES	CATEGORIA DE VARIABLES	COVARIABLES
Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Operaciones Comerciales • Acuerdos Comerciales CAN • Integración Comercial 	POLITICAS COMERCIALES <ul style="list-style-type: none"> • Aranceles • Salvaguardias • Impuesto al Consumo Especial • Importaciones • Demanda Internacional 	Importadores CAN

Elaborado por: Los Autores

La firma de acuerdos comerciales entre países asocia la interacción de variables compuestas por la triada arancel-impuestos-comercio, estos sistemas dinámicos que buscan beneficios mutuos entre los firmantes con la finalidad de dinamizar la economía y el intercambio comercial entre los países beneficiarios, la reducción de impuestos y exoneración de impuestos está sujetos a políticas determinadas por las zonas en concordancia, en el caso del sector automotriz, los miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) históricamente han tenido desventaja frente a otras zonas de la

misma región, estos acontecimientos precisamente son los que pueden en un determinado momento generar caos, las desventajas a las que se hace referencia pueden ser vistos como debilidades entre unos y otros países. La relación acumulativa entre los costos de importación y los costos que se aplican para la nacionalización de los vehículos comprendidos dentro de la subpartida arancelaria 8703.23.90.90, se pretende realizar un análisis comparativo del precio final, de acuerdo a las cargas impositivas que se aplican en cada país miembro de la Comunidad Andina de Naciones, los precios del sector automotriz varían en forma extrema, por lo que se presume que las políticas comerciales, arancelarias o paraarancelarias para proteger el mercado o estabilizar la balanza de pagos en sus importaciones, en unos países son más fuertes que en otros y hacen que el valor de los vehículos en cada país difiera.

1.4 Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar la estructura de los precios de la subpartida arancelaria 8703.23.90.90 en los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Analizar las operaciones comerciales de importación de vehículos en la Comunidad Andina de Naciones por marca y país.

- Identificar las cinco marcas de mayor demanda dentro de la Comunidad Andina de Naciones.
- Establecer los montos de importación de vehículos en la CAN por marca y país.
- Determinar la estructura de precios en los países de la comunidad andina de naciones por marca representativa y país.
- Efectuar la comparación de montos de importación por marca y país.

1.5 Justificación

La investigación pretende recaudar información recabada desde bases de datos COBUS con la información necesaria para elaborar la estructura de los precios en el sector automotor de los países que conforman la CAN, que sirva de referencia al público en general que desee conocer las diferentes causas de la variación de valores, estas dependen de las políticas gubernamentales de cada país según su criterio, de esta manera alcanzar una visión amplia en los precios del mercado andino de vehículos.

El mercado automotor en los países de la CAN ha tenido oscilaciones en los últimos diez años, en unos casos el propósito de recaudación fiscal, en otros el incentivo al consumo, y en otros el incentivo a la producción nacional., hace que en la estructura de precios de vehículos importados denoten diferentes dimensiones que no son aplicadas de manera unánime en estos países, esto conduce a tener una diferente forma de cálculo de precio final, lo que influye de manera directa en la percepción por parte del consumidor final, sin embargo se hace necesario profundizar estos tópicos de aquellas

ventajas o desventajas que se podrían percibir desde la óptica del estado y desde la óptica del consumidor final.

Los vehículos siempre han formado una parte importante dentro del desarrollo de los países, además de ser actualmente un producto de primera necesidad dentro de la sociedad. Es por eso que se considera oportuno realizar un análisis sobre la estructura de precios que se maneja dentro de los países miembros de la Comunidad Andina, y lograr mediante la investigación conocer sobre la fijación de precios y que factores intervienen sobre los mismos en cada país, descubrir porque existe una diferencia marcada entre un país y otro. De tal manera que este análisis permita determinar con precisión la afectación de cada uno de estos factores en la disminución o incremento de importaciones en la subpartida (8703.23.90.90).

CAPITULO 2

2. MÉTODO

2.1 Modelo de Análisis

Estructura de Precios de la partida 8703.23.90.90, aglutinando automotores tipo vehículos y Jeeps con cilindrajes que comprenden los 1500 y 3000 cm3.

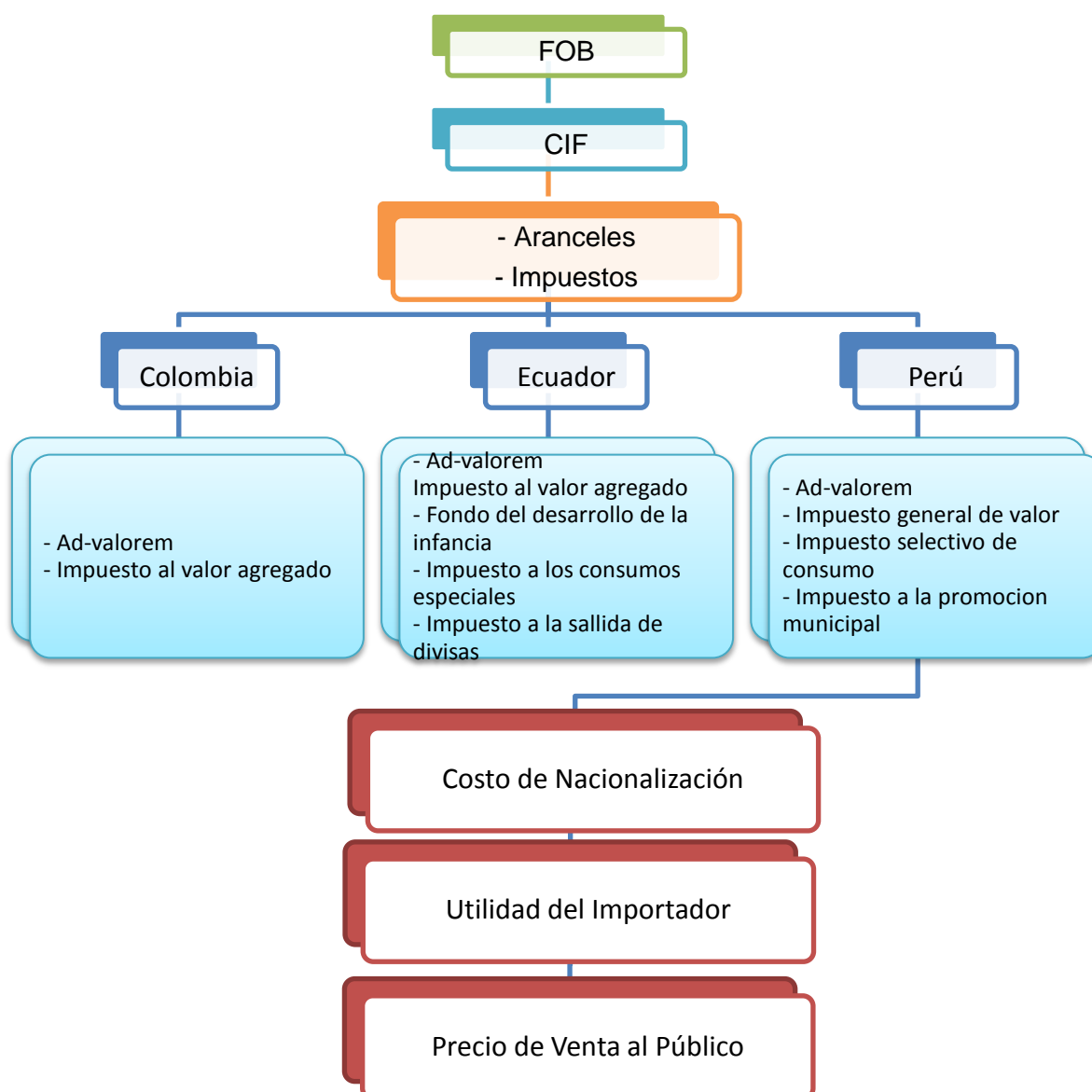


Figura 1 Método

Al respecto en la mencionada estructura se analizarán desde el precio FOB (valor en país de exportación) ya que es la referencia que se ha obtenido de la base de datos, pasando por el valor del Seguro y Flete, obteniendo así el valor en CIF; además se tomará en cuenta todos los factores que intervienen en cada país de importación, es decir cada uno de los valores que se cruzan en la transacción comercial, ya sean estos aranceles, impuestos o tasas; dándonos así los costos de nacionalización; para el estudio a realizarse se especula una utilidad del importador del 15 % para cada país importador y llegando así al precio de venta al público.

Si analizamos toda la estructura de precios de los automóviles de turismo se puede identificar que la influencia más significativa para llegar al precio de venta se da por rubros impuestos en cada país de destino referentes a barreras de protección para la industria nacional. Sin embargo, se puede determinar en base a los componentes de los vehículos y tanto la calidad como el prestigio que posean estos como marca y modelo.

Free on board (FOB) Franco a Bordo).-

Esta forma de cotización exige que el vendedor despache la mercancía en aduana para la exportación. La entrega se perfecciona cuando dicha mercancía ha sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Esto significa que el comprador ha de soportar todos los gastos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía a partir de aquel punto. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2008, p. 14)

Cost insurance and freight (CIF).-

Significa que el vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CFR, si bien, además, debe conseguir un seguro marítimo de cobertura de los riesgos de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte que estará a nombre del comprador.

Las mercancías se deben asegurar por su valor, con todos los gastos que se han producido hasta el momento en que se determine el precio CIF. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2008, p. 18)

Ad-valorem.-

Los derechos AD-VALOREM, o "según su valor" consisten en un porcentaje sobre el valor de la mercancía. Es la forma de tipo impositivo más común. En este caso la Base Imponible viene constituida por el valor en aduana. El valor en Aduana que a su vez viene determinado por el valor de importación CIF (CÓDIGO INCOTERMS) que incluye coste, seguro y fletes. No se tiene en cuenta las unidades de peso o medida. Este método se caracteriza por su progresividad en la cantidad recaudada por el Estado porque a mayor valor de la mercancía, se tiene que pagar más de arancel y además asegura un mayor nivel de ingresos en los casos de mercancías que tengan añadido más tecnología, dado estas se van a corresponder con mercancías de mayor precio y por lo tanto aumento de la recaudación. (Guía del arancel)

Impuesto al valor agregado (IVA).-

“El impuesto al valor agregado “IVA” es un impuesto indirecto cuya característica principal es la traslación, por lo tanto es pagado en cada etapa de comercialización, y en definitiva es asumido por el consumidor final.” (Castro Pazmiño, 2015, p. 23)

Impuesto selectivo de consumo (ISC).-

El Impuesto Selectivo al Consumo más conocido por ISC, es un tributo de Perú que trata de gravar el uso o consumo específico, es decir, es un impuesto sobre la primera venta de determinados bienes o servicios cuya producción se haya realizado en Perú, así como la importación de los mismos de productos que no son considerados de primera necesidad. (Alarcon, 2014)

Impuesto general de valor (IGV).-

El IGV o Impuesto General a las Ventas es un impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere. (SUNAT, 1997-2016)

Impuesto a la promoción municipal (IPM).-

“Este tributo grava la importación de los bienes afectos al IGV, y su base imponible es la misma que corresponde al IGV. Tasa impositiva: 2%” (SUNAT, 1997-2016)

Impuesto a la salida de divisas.-

El hecho generador de este impuesto lo constituye la transferencia, envío o traslado de divisas que se efectúen al exterior, sea en efectivo o a través del giro de cheques, transferencias, retiros o pagos de cualquier naturaleza. Inclusive compensaciones internacionales, sea que dicha operación se realice o no con la intervención de las instituciones que integran el sistema financiero. (JEZL, 2016)

Fondo de Desarrollo de la Infancia (FODINFA).-

”Destinado a financiar los programas de ayuda en favor del niño ecuatoriano, ampliando la cobertura de atención a sus necesidades y la mejora de la calidad de los servicios.” (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2008)

2.2 Marco Teórico

El marco teórico es la exposición resumida, concisa y pertinente del conocimiento científico y de hechos empíricamente acumulados acerca del objeto de estudio se elabora desde una perspectiva de una ideología, además plantea en forma

organizada y explicita los supuestos de la investigación que serán sujetos de análisis y operacionalidad posterior por parte del investigador. (Rodríguez, 2005, pág. 57)

2.3 Teorías de soporte

Según la United Nations Educational, Scientific and Cultural (UNESCO), las teorías de soporte que serán utilizadas en el desarrollo del trabajo de investigación se encuentran relacionadas con el campo de las ciencias sociales en el área de ciencias políticas en los temas de política comercial, política exterior y política económica. En donde será necesario estudiar las Teoría de la Integración y la Teoría Comercio Internacional, Teoría de precio y la Teoría de Libre Comercio que permiten establecer la estructura de precios de los vehículos de turismo de los países que conforman la comunidad andina de naciones.

2.3.1 Teoría de la integración

La integración regional según los siguientes autores se define de la siguiente manera:

La integración regional es un componente parcial de los flujos comerciales y de capital en el plano internacional. Aquí se postula que dichas transacciones internacionales influyen muy exiguamente en la generación de empleos productivos dentro de los países latinoamericanos. Si esta hipótesis correcta respecto de la

totalidad de dichas transacciones, los era aún más respecto de los flujos atribuibles a la integración regional propiamente dicha. (Filippo & Franco, 2000, p. 13)

En este sentido la integración regional busca que los países que están cerca territorialmente se unan en bloques de acuerdo a conveniencias, ya sean estas económicas, políticas o sociales con la finalidad de desarrollarse como países y generar fuentes de empleos, esto se logra a través de flujos comerciales que se traducen en la compra y venta de bienes o servicios, que realiza cada país de acuerdo a sus necesidades y requerimientos, lo que da origen a las transacciones internacionales, cuyos mecanismos permiten dinamizar las exportaciones e importaciones entre los países que forman parte de dicha integración.

Refiere la mencionada teoría que, a pesar de la gran aceptación de integración, se requiere hacer énfasis en el planteamiento de esquemas a futuro, ya que se necesita una coordinación entre los países miembros en cuanto a políticas, acuerdos y demás factores que beneficien al común integrativo, así lo aseveran en su libro Filippo & Franco, (2000): “Es necesaria una perspectiva estructural de largo plazo que tome como punto de partida las consecuencias de la integración regional, sobre el crecimiento económico de los países que se integran” (p. 15)

Por otra parte se observa que en los últimos tiempos la integración ha tomado fuerza y se ha hecho más común la aparición de varios bloques integrativos; al participar en un

mercado mundial las transacciones comerciales internacionales son el mecanismo primordial para que un país no solo genere un crecimiento económico sino también pueda generar un bienestar económico para su nación, así lo afirma Molina & Herbas (2005) “Los procesos de integración han ido adquiriendo cada vez mayor importancia, pues se pretende que para alcanzar el crecimiento económico las regiones se incorporen al comercio internacional y a la economía mundial.” (pág. 308)

En este caso, es necesario hablar del desarrollo que permitirá la integración, un desarrollo económico y social, que puede solo lograrse dentro de una comunidad internacional y para ello es necesario la formación de un mercado común, así lo menciona Duarte (2011) “La integración en Latinoamérica tiene como fin estratégico avanzar rumbo al desarrollo para tener oportunidad de participar más activamente como bloque ante la comunidad internacional, siendo su instrumento básico la creación de un mercado común.” (pág. 55)

De igual manera se puede manifestar que existen diferencias que pueden influenciar en la integración y que esta tome un camino más exhaustivo para llegar a su fin, ya que se presentan varias barreras para conformar un bloque sólido de integración; en las relaciones comerciales de los grupos de integración se puede observar la afectación por diferentes situaciones y políticas comerciales de cada país integrante por lo que varios sectores de productos tradicionales y no tradicionales han disminuido su dinámica comercial, así perjudicando a todo el bloque de integración, Molina & Herbas (2005) menciona “El desarrollo de la CAN es afectado por la inestabilidad política y

económica de los países que la conforman, incrementada por la ausencia de una política económica común.” (pág. 311) Señala que sin una política común el bloque de integración no podrá tener mayor impacto en el mundo comercial.

En conjunto la teoría de la integración busca que todo el bloque pueda desarrollarse en un mismo nivel, aportando intercambios entre sí, ya sea a nivel político, comercial, económico, o cultural, para el logro del progreso integral de las naciones que conforman dicho grupo.

2.3.2 Teoría del comercio internacional

Según Castaño & González (2011)“El principio fundamental del mercantilismo planteaba que era conveniente para un país mantener un excedente de comercio, a través de un mayor nivel de exportación que de importación”. (pág. 275). Desde el inicio del comercio internacional los países para tener éxito se consideraba tener una mayor cantidad de ventas en relación a las compras, es decir tener una balanza comercial positiva, aunque esto es relativamente imposible es necesario buscar una diferencia acortada. Es por esto que los países implementan leyes para arancelarias por ciertos periodos de tiempo para la regulación de la balanza.

La teoría del comercio internacional enfoca su estudio a las variables que influyen en las transacciones de bienes y servicios, pero con la evolución del comercio se evidencia

un cambio de acuerdo a las formas convencionales y no convencionales alrededor del mundo.

De acuerdo a los diversos aportes generados por algunos autores, los modelos han ido evolucionando para lo cual los siguientes han sido los cambios más representativos generados: El primer indicio de una Teoría de Comercio Internacional apareció en Inglaterra en la época de la Edad Media donde se generó la idea de un rey y sus servidores.

La teoría del comercio internacional ha sido creada con el afán de responder a algunas interrogantes mismas que son mutuamente dependientes: ¿Cuáles son las causas del comercio?, ¿por qué los países comercializan entre sí? y ¿cuáles son los efectos que causa el comercio internacional?

Para responder estas interrogantes es necesario reconocer que el comercio ha ido evolucionando constantemente desde la época del feudalismo, mercantilismo, la revolución industrial, hasta la globalización y la era tecnológica del siglo XXI. Sin embargo como menciona Krugman & Obstfeld (2006)“Incluso si gran parte el comercio internacional ha experimentado importantes cambios, los principios fundamentales descubiertos por los economistas en el amanecer de la economía global siguen siendo de aplicación”. (pág. 24).

Con respecto a lo dicho por los autores, es verdad que se han ido dando cambios importantes dentro del comercio internacional pero siempre ha mantenido su base, más bien los cambios se han ido implementando a la simplificación en el acto de comercio.

Adam Smith (1994) sostenía que “cada país era capaz de especializarse en la producción de bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta, es decir elaborar con una mayor eficiencia sus productos, y a su vez se podría importar aquellos productos en los cuales se tuviera una desventaja”.

Si bien es cierto cada uno de los países tiene un punto fuerte en cuanto a producción basándose en los recursos que tengan, esto no significa que siempre van a tener una ventaja sobre los otros países, más bien esto se dará por la forma en la que se trabajen estos recursos. A este respecto se necesitan de complementos para lograr una ventaja sobre los otros países.

Por otra parte actualmente no se puede decir que un país es autosuficiente y que no necesita de otro país para sobresalir en el mercado internacional, siempre uno va a ir de la mano de otro en el ámbito de comercio, ya que se denominaran unos a otros como complementos.

2.3.3 Teoría de Precios

Con su explicación de la demanda de dinero (1956) es bastante más elegante, completa y contrastable que muchas anteriores. Para Friedman: La demanda de dinero es función de la proporción entre la riqueza humana y no humana, el tipo de interés nominal, la inflación esperada, el nivel de precios real, la función de preferencia del dinero ante otros bienes y, naturalmente, de la renta. Pero a diferencia de Keynes, Friedman, más centrado en dar una explicación a largo plazo, considera la renta permanente; es decir, el valor actualizado a fecha actual de los capitales futuros originados de un stock de riqueza dado que engloba no sólo aspectos cuantitativos o materiales. (García, 2015, pág. 157).

“La teoría de los precios estudia la determinación de los precios relativos de bienes y servicios de consumo final. Por precio relativo se entiende el precio de un bien o servicio respecto del precio de otro bien o servicio” (Tapia, 2015, pág. 2).

Para Tapia (2015) La economía también describe cómo se determinan los precios. En una economía basada en un sistema de planificación central, los precios son fijados por el Estado. En una economía de mercado, los precios son fruto de las interacciones de los consumidores, los trabajadores y las empresas. Estas interacciones ocurren en los mercados, que son el conjunto de compradores y vendedores que determinan conjuntamente el precio de un bien. (pág. 5)

El estudio de los precios dentro de la CAN en los automóviles es de gran interés ya que con el pasar de los tiempos estos se han convertido en un producto de primera necesidad para los ciudadanos. Por lo cual, el uso del mercantilismo como el entendimiento del cambio de importaciones por exportaciones, para la generación de ingresos es la base donde se inclinarán los supuestos sobre cuál de los bloques lidera la comercialización de automóviles dentro de la región.

El estudio que se realizará pretende abordar cuáles son las variables que influyen sobre el precio de los vehículos dentro del bloque de la CAN y encontrar las razones para que las diferencias en los precios sean tan marcadas de un país a otro.

En situaciones de crisis económica, ciertos niveles de protección a los propios productos evitan una caída fulminante de precios y el consiguiente descalabro de algún sector de la economía nacional.

Algunos tipos de medidas proteccionistas son: aranceles, cupos, precios de referencia, reglamentos, controles fitosanitarios y salvaguardias. Esta última es una medida de protección que aplican los gobiernos durante un periodo determinado, para generar un equilibrio interno.

Durante casi toda la historia los precios se fijaron por negociación entre quienes compran y quienes venden. Establecer un mismo precio para todos los compradores es

una idea relativamente moderna que surgió con el desarrollo de las ventas al detalle a gran escala al final del siglo XIX.

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.

Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios, ya que para establecer los precios se debe tomar en cuenta varios factores como el costo del producto y a la competencia, para lograr precios justos.

2.3.4 Teoría de Libre Comercio

Acorde a la teoría de libre comercio basándose en el Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles; Mercado afirma, (2004) “Este organismo propone incrementar el comercio mundial en su conjunto, así como producir efectos esperados por los teóricos del libre cambio en la medida en que se eliminarán las barreras de intercambio”. (p. 192).

Como resultado a lo antes mencionado, para promover una armonía comercial se tomó acciones, una de ellas fue la conformación del General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) en el año 1947(años más tarde este organismo se convertiría en el

mayor exponente del comercio exterior tomando la forma de la OMC), el cual buscaba mitigar las guerras comerciales de ese tiempo, reducir las tarifas arancelarias y eliminar ciertas prácticas de prohibición para el comercio internacional;

A pesar de todo lo que ofrecía un libre comercio, Sánchez explica las complicaciones que se pueden generar:

El predominio histórico de las políticas proteccionistas refleja, por un lado, el poder de los grupos de presión industriales temerosos de la competencia exterior y, por otro, la fortaleza de algunos argumentos a favor de la protección. Estos argumentos pueden clasificarse en tres categorías: los que pretenden un cambio en la composición de la producción, los argumentos relativos al nivel de empleo, y los que defienden un cambio en la distribución de los ingresos. Bajo ciertos supuestos, los tres tipos de argumentos tienen cierta validez teórica, así como algunas limitaciones (Sánchez, 2000-2018).

En consecuencia, con lo antes descrito se deberá tener en cuenta que, prácticamente hay una brecha significativa entre lo teórico y lo práctico para llegar a un comercio librecambista, por un lado, existe temor a una competencia más fuerte, la cual exigirá a las empresas a cambiar su producción, por otro lado, se dará la variación en niveles de empleo y esto generará cambios en los ingresos.

No obstante de la discordia entre un libre comercio y el proteccionismo esta teoría han adoptado varios países ya sea que se encuentren en vías de desarrollo o también

países ya desarrollados, cabe recalcar que es necesario tener en cuenta que, para que un país pueda ingresar en una zona de libre comercio o un comercio mundial este debe apuntalar cada vez más a su productividad, basada en la generación de una ventaja competitiva basada está en una constante renovación y reingeniería de todos sus procesos de producción y así mejorar precios, mejorar la calidad y lograr un prolongado posicionamiento nacional e internacional, así Buendía (2013) asevera:

Para ser una nación exitosa en el comercio mundial se necesita que sus empresas logren ventaja competitiva, es decir, que ganen participación en el mercado tanto nacional como internacional en función de precios y de calidad y, por lo tanto, que la economía logre un crecimiento económico sostenido a largo plazo. (p. 56).

En este sentido si un país en vías de desarrollo se encuentra en una zona de libre comercio este se verá obligado a adaptarse a ciertos estándares que se exigen para que pueda realizar un mejor rendimiento en la economía, lo alude Bouza (2005) “Algunos autores también afirman que pueden alentar (o inclusive “obligar”) a los países en desarrollo a adoptar instituciones características del socio más desarrollado, ayudándolo de ese modo a mejorar su desempeño económico”. (p. 9).

De igual manera la relación comercial entre países con cierta disparidad ha ido en aumento con el afán de incrementar un libre comercio u otorgar preferencias así lo menciona Bouzas (2005) “La ola de negociaciones comerciales que se observó en el hemisferio occidental en los últimos 20 años es un ingrediente clave del llamado “nuevo regionalismo”. Este proceso dio lugar a una compleja red de acuerdos de comercio

preferencial” (p. 8). Varios analistas indican que el nuevo regionalismo da ventaja a que varias economías en vías de desarrollo obtengan un acceso libre a los grandes mercados, siempre y cuando no sea por vía unilateral, lo afirma Bouza (2005) “Esta ventaja no puede obtenerse mediante la liberalización unilateral y se comparte con otros cuando la liberalización es el resultado de negociaciones multilaterales” (p. 9)

En este sentido Ojeda (2017)

El estudio de las Relaciones internacionales, se ha reducido a contextualizaciones que devienen de paradigmas o escuelas de pensamiento que privilegiaron la visión del sujeto por épocas históricas, en un devenir de teorías que plasman en sus principios patrones como el conflicto, el Estado, la soberanía, la cooperación..., haciendo de dichas dimensiones compartimentos estancos que dejan de lado la complejidad del objeto de estudio. (p. 2)

De esta manera las relaciones internacionales han pasado por varios paradigmas que han denotado el establecimiento de variables de estudio, siendo los principales: Paradigma tradicional considera que el principal actor del comercio es el estado; paradigma de la sociedad global relaciona la unión de países por simetrías y paradigma de la dependencia basada en la desconcentración y desigualdad, estos paradigmas han conducido las relaciones y el comercio internacional entre los países.

2.4 Marco Referencial

Beltrán (2013), aborda: “Plantean varios estadios para impulsar la integración y asociación entre economías. La teoría de la integración económica, habla de realizar zonas de libre comercio, aranceles externos comunes, mercados comunes y sociedades económicas” (p. 73)

El formar grupos de integración regional promueve que cada país logre un alto nivel de calidad en sus procesos ya que se enfrentarán a varios obstáculos en un mercado internacional además la formación de dichos grupos dan más fuerza a la región dentro de la economía mundial así lo dogmatiza Salazar (2006) mencionando:

El rol económico y político de América Latina es de gran interés dentro del sistema mundial, se requiere que la región responda a la institucionalización de los mercados nacionales, con el objeto que cumpla su papel dentro del horizonte del valor económico. Las reformas que se llevan a cabo en la región están dirigidas a la redefinición en la regulación de la economía y la reducción de las barreras al libre juego de las fuerzas del mercado, con el propósito de incorporar al territorio a los nuevos presupuestos de la dinámica internacional. (p. 153)

Lo que siempre se ha buscado es fortalecer la participación de América latina en el comercio internacional esto ha permitido que esta región aunque lentamente busque una innovación constante con diversificación en el mercado desarrollando ciertas

superioridades; en su *paper* Moreno & Posada (2007) sostienen la siguiente afirmación: “Según las teorías tradicionales de comercio internacional, los flujos de comercio están determinados exclusivamente por una especialización productiva de las economías resultado directo del aprovechamiento de “ventajas comparativas” derivadas de los costos de oportunidad relativos en ambos países.” (p. 87) Con estos antecedentes se puede inducir que dentro de cualquier acuerdo comercial que se lleva a cabo las empresas de cada país se encargan que sus industrias potencien sus diferencias y obtengan un alto nivel de competencia en este aspecto el autor Fuenzalida (2002) menciona en cuanto a los productos que: “éstos se caracterizan por la diferenciación y diversidad, pudiendo el productor enfrentar una curva de demanda inelástica al precio e inelástica con respecto a los sustitutos, que es otra forma de conformar un mercado imperfecto.” (p. 125).

En todo este proceso de integración se han dado varios temas para un mejor enfrentamiento de cada país a un mundo cada vez más globalizado, tratando de fomentar una innovación permanente así lo reafirma Gómez (2006) que en su investigación asevera:

Los últimos 25 años de la economía mundial se han caracterizado por numerosos avances científicos y tecnológicos, lo cual ha modificado los patrones de producción en todo el mundo, creándose una interdependencia creciente que engloba al total de actividades de un sector económico o industrial, ya sea a nivel regional y mundial. (p. 132)

El propósito de un grupo de integración busca hacer más atractivo a cada país para la economía del mundo y como tal potenciar a todo el grupo dentro de las operaciones de comercio internacional e inversiones así lo indica Zamora & Pedraza (2013) que ratifica: “Los bloques comerciales continúan el camino a la facilitación comercial y al reforzamiento de la tecnología, dando como resultado un proceso de liberalización casi total que atrae los grandes capitales privados y globales, reforzando aún más la apertura comercial.” (p. 109).

Sin embargo dentro del contexto de integración siguen existiendo varios problemas en los procesos e incluso dentro de cada país miembro los documentos y las exigencias legislativas que se han tomado no han permitido el despegue de un comercio más dinámico, colocando trabas y desviando la idea principal de las leyes internas para el comercio, así lo afirma Gómez (2006) que señala: “Uno de los principales frenos para el crecimiento y la superación de la pobreza en los países en desarrollo, es la regulación excesiva e inadecuada.” (p. 141). Esta legislación que se la realizó para ayudar a diferentes sectores y protegerlos crea una consecuencia inversa así, aumentando los costos administrativos, productivos y generando inflexibilidad en el mercado haciendo el país menos eficiente en sus procesos.

Fuera del contexto de erróneas administraciones se puede ultimar que es importante el buen desempeño en el comercio internacional, hoy en día solo de esta forma un país puede lograr un mejor y más rápido desarrollo, así lo alude Castellano (2006) “El

comercio internacional es una vía segura para alcanzar crecimiento y el posterior desarrollo económico.” (p. 50).

Para Carolina Blanco (2014) A pesar de que la Comunidad Andina se ha constituido en el proceso de integración más antiguo de Suramérica; reiteradamente se ha manifestado la crisis del mismo, considera que a pesar de que el núcleo esencial de cualquier proceso de integración es económico, las causales que obstaculizan a la CAN son de carácter jurídico y político. (pág. 2)

“Las profundas transformaciones producidas en el mundo por la aparición de complejos y serios problemas globales” (Carrillo, 1985, pág. 13); por tal motivo los países se han tenido que fortalecer mediante alianzas tipificadas, es decir procesos de integración, para afrontar los problemas existentes.

Según Delpiano Cristián (2015) aborda la Política Comercial de acuerdo a la relación entre las medidas de salvaguardia impuestas de conformidad con las normas de la Organización Mundial de Comercio, o, y el poder que tienen los estados miembros de la OMC para sacar a socios que tengan acuerdos de libre comercio. (pág. 551)

Delpiano Cristián (2014) señala la Política Comercial de acuerdo a las medidas de salvaguardia sobre la importación de sacos de polipropileno y tejido tubular donde se realiza un análisis de dos aspectos fundamentales: El primer aspecto habla del “principio de paralelismo” existente entre la investigación y las medidas salvaguardia de

acuerdo a su aplicación y en segundo lugar es una investigación de la exclusión de las salvaguardias de miembros de la OMC. (pág. 485)

Badillo (2008) indica la Política Comercial en base a análisis del comercio agropecuario y su relación con las barreras no arancelarias, permitiendo analizar las limitaciones financieras para la creación de un mercado común subregional y como de manera directa se vería influido el futuro de la CAN. (pág. 18)

La política comercial de acuerdo a las salvaguardias arancelarias en tiempo de crisis, determinando “las salvaguardias comerciales como un mecanismo para proteger a los productores nacionales en contra de dificultades económicas no previstas resultantes o no de la liberalización comercial” (Cruz, 2012, pág. 860). De tal manera en que los países afectados puedan incrementar en el largo plazo la estabilidad del sistema del comercio mundial.

2.5 Marco conceptual

Precio

En el sentido más estricto la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. (Kotler & Armstrong, 2001, p. 317)

Operaciones comerciales

“Son las importaciones y las exportaciones de productos, donde intervienen factores, elementos, instituciones y demás entes que componen el engranaje del funcionamiento del comercio internacional.” (Anaya, 2010)

Acuerdos comerciales

“Promover el máximo aprovechamiento de los factores de producción, estimular la complementación económica, asegurar condiciones equitativas de competencia, facilitar la concurrencia de los productos al mercado internacional e impulsar el desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros.” (Sabra, 199, p. 269)

Comunidad Andina de Naciones (CAN)

La Comunidad Andina es una comunidad de naciones democráticas, que desde la constitución de su proceso integrador han demostrado una permanente voluntad para promover la vigencia de la vida democrática y el estado de derecho, tanto en la Subregión Andina como en América Latina y el Caribe;

AFIRMANDO que la acción política de la Comunidad Andina y su política exterior común tienen como objetivo el desarrollo, perfeccionamiento y la consolidación de la democracia y el estado de derecho (Pico, 2008, p. 57)

Integración comercial

Los procesos por los cuáles las naciones anteponen el deseo y la capacidad para conducir políticas exteriores e internas clave de forma independiente entre sí, buscando por el contrario tomar decisiones conjuntas o delegar su proceso de toma de decisiones a nuevos órganos centrales. (Saavedra, 2010, p. 5)

Política comercial

“Conjunto de medidas y disposiciones adoptadas por los Estados para facilitar o dificultar el ingreso de bienes y servicios importados y promover o desincentivar las exportaciones” (Parisi & Chibbaro, 1998, p. 72)

Aranceles

Un arancel, en su uso más extendido, es un impuesto indirecto que grava los bienes que son importados a un país y que tiene dos propósitos: (1) proteger los bienes nacionales; (2) servir como fuente de ingresos para el estado. (Gestiopolis, 2002)

Salvaguardias

Barreras al comercio que los países han establecido por diversas razones (problemas de balanza de pagos, protección de ciertas industrias nacientes) (...) regula las medidas de defensa comercial (restricciones cuantitativas o arancelarias) que pueden imponer los países miembros frente a importaciones desproporcionadas de productos que causen perjuicio o amenacen causarlo a la producción nacional del mismo producto o similar. (Nouel, 2006, p. 97)

Impuesto al consumo especial (ICE)

Grava a los bienes de procedencia nacional o importados y a los servicios detallados en el artículo 82 de la ley de régimen tributario interno que son considerados como suntuosos por sus altos costos o porque son considerados nocivos para la salud.

(Hurtado & Rodriguez, 2009, p. 5)

Importaciones

“Se denomina importación a la acción comercial que implica y desemboca en la introducción de productos foráneos en un determinado país con la misión de comercializarlos. Básicamente, en la importación, un país le adquiere bienes y productos a otro.” (ENCICLOPEDIA CULTURAL, 2013)

Demanda internacional

Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca. (Andrade, 2006, p. 215)

2.6 Enfoque de investigación Mixto

La investigación aborda un estudio de tipo mixto, la dimensión cuantitativa es sostenida por el análisis de información que se llevará a cabo mediante datos de

precios extraídos que se manejan dentro de los países de la CAN excluyendo a Bolivia por falta de información en la base de datos y las variables con relación a Vehículos comprendidos en la subpartida arancelaria 8703.23.90.90 tanto para los parámetros matemáticos y estadísticos realizando una comparación de los datos.

Cumple las características de cuantitativo, porque incluye cantidades numéricas que forman parte de una base de datos, conformada por valores de importaciones y aranceles aplicados a la subpartida mencionada, en dólares americanos del año 2017 dentro de la Comunidad Andina de Naciones.

La investigación de tipo cualitativo es atravesada desde la búsqueda de información en páginas web oficiales, libros, artículos..., se determinará las políticas comerciales impuestas en cada país miembro y a su vez serán el soporte para la determinación de la estructura de precios.

2.7 Tipología de investigación

La tipología de la investigación apadrinada en la Teoría de Precios, permitirá determinar con el uso de las bases de datos las variables que cada país considera para fijar el precio de los automóviles inmersos en la Subpartida (8703.23.90.90) dentro de la Comunidad Andina de Naciones, así como los requisitos que aplica cada uno de los países para la entrada y comercialización de los mismos. Se analizarán las variables que intervienen sobre la fijación de precios y la relación que existe con la teoría en la que se basa, se estudiará la política comercial de cada país y la influencia que esta tiene sobre la estructura de precios.

2.8 Por su finalidad Aplicada

Se utilizarán como base las teorías de soporte para la realización de la investigación, con las que se busca una comprobación y comparación más no una refutación ante las mismas.

Por una parte se encuentran los importadores y el gobierno mediante la aplicación de la Teoría del Comercio Internacional, el Gobierno por la aplicación de políticas comerciales para la importación de productos es decir siendo el órgano rector sobre el comercio internacional y por otro lado los importadores que al realizar las transacciones influyen sobre el comercio internacional de cada país.

Por otra se encuentran los clientes, que empujan la demanda del producto en función de sus gustos y necesidades en cuanto a vehículos se refiere, determinando los precios según el mercado, así de manera referencial se puede constituir o fijar un precio de acuerdo a las condiciones reales del mercado y con esto demostrando la Teoría de Precios.

2.9 Por las fuentes de información Documental

Estadísticas de recaudaciones tributarias del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador mediante la url: http://www.aduana.gob.ec/news/dwh_statistics.action

Estadísticas del Banco Central del Ecuador mediante la url:

<https://www.bce.fin.ec/comercioExteriorBi/comercio/consultaXNandinaImportExportV2.js>

[p](#)

<https://www.bce.fin.ec/comercioExterior/comercio/consultaTotXNandinaConGrafico.jsp>

<http://sinagap.agricultura.gob.ec/importaciones-y-exportaciones-bce>

Base de datos de Trade Maps mediante la url:

<http://www.trademap.org/tradestat/http://www.trademap.org/CompaniesList>

Base de datos de Veritrade Business mediante la url:

<http://business.veritrade.info/Veritrade/FreeTrial2.aspx>

Base de datos de Penta Transaction mediante la url:

http://www.v4.pentatransaction.com/telematica_v4/login.jsp

Base de datos estadísticos de comercio exterior de la CEPAL mediante la url:

<http://interwp.cepal.org/badecel/basededatos.asp>

Base de datos DATASUR mediante la url:

<http://www.datasur.com/free/ecuador/resultado.php>

2.10 Por las unidades de análisis De laboratorio

Se extraerá información mediante el tratamiento de la información de la interrelación generada entre las variables de estudio, estableciendo al análisis de laboratorio como principal herramienta para el estudio de estructura de precios, ya que es preciso determinar las relaciones que existen entre cada país y la política que maneja cada miembro en relación a la aplicación de precios, mediante un censo y así determinar el manejo del comercio internacional mediante el mismo. Se analizará el caso mediante estudios realizados y se efectuará un cruce de información para la determinación de la estructura de los precios fijados.

2.11 Por el control de las variables No experimental

Determinamos que la investigación es no experimental por el hecho de que no se puede manipular las variables, es decir todo está basado en una política que cada uno de los miembros del bloque maneja y no se tiene incidencia sobre las mismas, pues se basa en las variables ya existentes.

2.12 Por el alcance Descriptivo

Se utilizará el estudio descriptivo ya que se manejará un análisis de bases de datos en un determinado transcurso de tiempo, delimitando el estudio para enfatizar los

factores que se incluyen dentro de la estructura de precios, en base a las políticas comerciales de cada miembro.

También se busca describir las variables, en este caso el precio se ve afectado por la política comercial, demanda internacional así como los acuerdos que se tiene en cada país de la Comunidad Andina de Naciones. De tal manera determinar la influencia que se tiene hacia la Variable Dependiente partiendo de las Variables Independientes, demostrando las consecuencias sobre el mercado automotriz.

2.13 Instrumentos de recolección de información Bibliografía

El propósito de este análisis es determinar el nivel de influencia de la Política Comercial de cada país miembro de la CAN dentro de la estructura de precios en los vehículos de la subpartida arancelaria (8703.23.90.90) y la comercialización de los mismos en el mercado automotriz de cada miembro. Se realizará el análisis con apoyo en las bases de datos determinadas anteriormente.

2.14 Procedimiento para recolección y análisis de datos

Se accede a páginas internacionales que manejen el tema de declaraciones aduaneras, y una vez obtenida la subpartida arancelaria, se procedió a identificar toda la información desde la posición arancelaria de la cual se obtiene información específica de la base de datos. Realizando una depuración de los datos globales, mediante la unificación de los datos, en tanto y en cuanto cada país tiene su propio formato al presentar la información.

Concerniente al manejo de información proveniente de documentos relacionados a la aplicación de política comercial en cada uno de los países miembros del bloque además del manejo de bases de datos correspondientes a declaraciones aduaneras de importación para determinar el precio que realmente paga cada uno de los importadores y la comparación en los precios en cada país.

2.15 Cobertura de las unidades de análisis Censo

Se aplicará censo porque se analizarán datos de las políticas comerciales y de las importaciones realizadas en la CAN exceptuando Bolivia por falta de información dentro de las bases de datos, relacionado con la subpartida (8703.23.90.90) y el impacto en los precios que se manejan en cada país.

2.16 Procedimiento para tratamiento y análisis de información Análisis

Se realizaron cruces de información a través de la técnica de comparación de medias en función de marcas y país, obteniendo un estadístico referencial como precios mínimos y máximos de cada marca representativa a través de la creación de cubos de datos.

CAPITULO 3:

ESTRUCTURA DE PRECIOS

La Comunidad Andina de Naciones “está conformada por órganos e instituciones, que están articuladas en el Sistema Andino de Integración, con diferentes funciones, desde normativas y de dirección política hasta judiciales, ejecutivas, deliberantes, sociales, financieras y educativas” **Fuente especificada no válida.** cuyos países miembros son Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. En la dimensión de facilitación al comercio, se han desarrollado acciones con miras a la libre circulación y el aprovechamiento pleno de la Zona de Libre Comercio, a través de la actualización de la Nómina de Bienes No Producidos (NBNP) y el establecimiento de los precios de referencia de los productos que conforman el Sistema Andino de Franjas de Precios (SAFP). Para el tema de estudio rescataremos el concepto de libre comercio entre países miembros en oposición a la política comercial implementada con terceros países y la exclusión de Bolivia en vista de que el país no cuenta con información de comercio internacional actualizada para el año 2017, con lo cual se particularizará el análisis en la estructura de precios de importación de vehículos, sus aranceles, impuestos, tributos y utilidad hasta llegar a precios referenciales finales de venta al público por categoría de productos según corresponda su clasificación arancelaria.

La industria importadora automotriz desarrolla sus actividades comerciales con productos que se clasifican en la partida arancelaria 8703.23.90.90, aglutinando

automotores tipo vehículos y Jeeps con cilindrajes que comprenden los 1500 y 3000 cm³, encontrando en su interior variedades de marcas y modelos.

Con excepción de los vehículos automóviles para el transporte de personas contemplados en la partida 87.02 (para transporte de 10 o más personas), esta partida comprende los vehículos automóviles de cualquier tipo, incluidos los vehículos automóviles anfibios para el transporte de personas, cualquiera que sea el motor que los accione (motor de émbolo de encendido por chispa o por compresión, eléctrico, turbina de gas...). Comprende también los vehículos ligeros de tres ruedas de construcción más sencilla, principalmente: - Los que utilizan motores y ruedas de motocicletas..., que, por su estructura mecánica, presentan las características de los automóviles propiamente dichos: presencia de una dirección tipo automóvil o, al mismo tiempo, marcha atrás y diferencial. - Los montados en un chasis en forma de T en los que las dos ruedas traseras son accionadas por motores eléctricos separados alimentados por baterías. Estos vehículos se conducen generalmente mediante una palanca central única que permite, por una parte, el arranque y la aceleración o deceleración, la parada y la marcha atrás y, por otra parte, el giro a derecha o a izquierda por una diferenciación del par de las ruedas motrices o actuando sobre la rueda delantera

Fuente especificada no válida..

Tabla*Operaciones comerciales en la Comunidad Andina por marca*

Marca	Suma(a)	% de la suma total
AUDI	254,00	,6%
BMW	1364,00	3,0%
CHANGAN	64,00	,1%
CHERY	1020,00	2,2%
CHEVROLET	2610,00	5,7%
CHRYSLER	17,00	,0%
CITROEN	613,00	1,3%
DODGE	27,00	,1%
FIAT	133,00	,3%
FORD	1553,00	3,4%
GREAT WALL	1418,00	3,1%
HONDA	177,00	,4%
HYUNDAI	9158,00	20,0%
JAC	51,00	,1%
JEEP	281,00	,6%
KIA	2994,00	6,5%
LIFAN	45,00	,1%
LOTUS	2,00	,0%
MAZDA	2837,00	6,2%
MERCEDES BENZ	1207,00	2,6%
MINI COOPER	8,00	,0%
NISSAN	8931,00	19,5%
PEUGEOT	207,00	,5%

CONTINÚA 

PORSCHE	6,00	,0%
RENAULT	2081,00	4,5%
SKODA	178,00	,4%
SUZUKI	2448,00	5,4%
TOYOTA	1576,00	3,4%
VOLKSWAGEN	4467,00	9,8%
VOLVO	16,00	,0%
Total	45743,0	100,0%
	0	

Nota: Describe el número de operaciones comerciales de importación en los países de la CAN (Colombia, Ecuador, Perú)

En los países objeto de estudio, las operaciones comerciales que se realizan con mayor frecuencia, se asocian con las marcas Hyundai, Nissan, Volkswagen, Kia y Mazda, siendo las de mayor preferencia con un porcentaje de participación acumulado equivalente al 62%., concurriendo las dimensiones de seguridad, diseño, gama, precio, calidad..., en los motivos de elección de marcas. En total, se realizaron 45.743 operaciones de importación en el año 2017.

Tabla 3
Operaciones comerciales en la CAN por marca y país

Marca	País(a)			Total
	Colombia	Ecuador	Perú	
AUDI	209,00	11,00	34,00	254,00
BMW	1236,00	66,00	62,00	1364,00
CHANGAN	2,00	55,00	7,00	64,00
CHERY	26,00	806,00	188,00	1020,00
CHEVROLET		2610,00		2610,00
CHRYSLER	1,00		16,00	17,00
CITROEN	275,00	328,00	10,00	613,00
DODGE		19,00	8,00	27,00
FIAT	133,00			133,00
FORD	951,00	559,00	43,00	1553,00
GREAT WALL		1418,00		1418,00
HONDA	58,00	88,00	31,00	177,00
HYUNDAI	273,00	8322,00	563,00	9158,00
JAC	30,00	17,00	4,00	51,00
JEEP		261,00	20,00	281,00
KIA	276,00	2475,00	243,00	2994,00
LIFAN		45,00		45,00
LOTUS		2,00		2,00
MAZDA	394,00	2234,00	209,00	2837,00
MERCEDES BENZ	1096,00	62,00	49,00	1207,00
MINI COOPER		3,00	5,00	8,00
NISSAN	3694,00	4552,00	685,00	8931,00
PEUGEOT	205,00		2,00	207,00
PORSCHE		6,00		6,00



CONTINÚA

RENAULT	82,00	1720,00	279,00	2081,00
SKODA	45,00	133,00		178,00
SUZUKI	399,00	1597,00	452,00	2448,00
TOYOTA	807,00	582,00	187,00	1576,00
VOLKSWAGEN	1986,00	1921,00	560,00	4467,00
VOLVO	10,00	6,00		16,00
Total	12188,00	29898,00	3657,00	45743,00

Nota: Describe el número de operaciones comerciales clasificándolas por marca y país.

Por país, se realizaron 12.188 transacciones de importación en Colombia, 29.898 en Ecuador y 3.657 en Perú. Una de las causas por las que hubo un mayor volumen comercial en Ecuador, se relacionó con el hecho de que las restricciones a la importación de autos bajo el esquema de cupos duró hasta finales del 2016, originando un repunte de la demanda represada en años anteriores. En el caso de Perú hubo disminución de importaciones debido a que el sector automotriz vivió una fuerte incertidumbre por la no modificación del decreto que prohibió el ingreso de autos con la normativa Euro III a partir del primero de enero del 2017, por lo que solo se pudo importar autos menos contaminantes con la norma Euro IV. En Colombia, el factor que hizo que las operaciones de importación sean menores fue el la tasa de cambio, pues dicho instrumento fue utilizado para ayudar a corregir el crecimiento sostenido que venían presentando las importaciones.

Tabla 4
Montos de importación por marca y país

Marca	País(a)			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
AUDI	5295038,50	319603,75	1040753,34	6655395,59
BMW	30792178,99	1723788,21	2063597,84	34579565,04
CHANGAN	14189,26	572824,87	69720,42	656734,56
CHERY	194401,53	6593199,39	2186539,44	8974140,36
CHEVROLET		36016973,12		36016973,12
CHRYSLER	12287,81		150710,94	162998,75
CITROEN	3006305,85	3397425,45	101895,05	6505626,35
DODGE		398389,71	148091,32	546481,03
FIAT	2361237,31			2361237,31
FORD	12573639,24	9704568,98	406821,96	22685030,18
GREAT WALL		13448756,23		13448756,23
HONDA	1091560,31	1815525,07	525745,79	3432831,17
HYUNDAI	3360660,46	98796860,94	7456789,79	109614311,19
JAC	245611,25	186099,79	120683,00	552394,04
JEEP		4782004,25	343471,12	5125475,37
KIA	4007303,34	36737080,64	3470122,45	44214506,44
LIFAN		307406,19		307406,19
LOTUS		80520,72		80520,72
MAZDA	5551412,77	32611935,59	2633445,31	40796793,67
MERCEDES BENZ	21491209,70	2169354,58	1178350,68	24838914,96
MINI COOPER		64617,89	110932,17	175550,06
NISSAN	42901764,05	66084908,58	7569314,69	116555987,31
PEUGEOT	2891054,88		25777,56	2916832,44
PORSCHE		283780,56		283780,56
RENAULT	1059321,22	20034514,45	3099833,10	24193668,77


 CONTINÚA

SKODA	545147,56	1166848,09		1711995,65
SUZUKI	4471489,55	19240428,90	4407475,09	28119393,54
TOYOTA	16560902,56	10005553,98	3435151,37	30001607,91
VOLKSWAGEN	17757947,32	19276041,82	5741109,43	42775098,58
VOLVO	217069,29	134808,94		351878,23
Total	176401732,76	385953820,69	46286331,86	608641885,32

Nota: Identifica los montos importados en términos Costo, seguro y flete segmentándolos por marca y país.

En cuanto a los montos de importación, las cifras bordearon los USD \$ 176.401.732,76 en Colombia, los USD \$385.953.820,69 en Ecuador y los USD \$46.286.331,86 en Perú. Es importante destacar el hecho de que en Colombia trabajan las ensambladoras Sofasa (Renault), Colmotores (Chevrolet) y la Compañía Colombiana Automotriz (Mazda) con lo que gran parte de la demanda nacional es cubierta por marcas muy aceptadas en dicho país. En Perú no existen plantas ensambladoras, habiendo que preguntarse ¿Por qué los montos de importación son menores que en los otros países? Obteniendo como una de las respuestas, el hecho de que en el país permiten el ingreso de vehículos usados, los cuales son excluidos del presente estudio. En el Ecuador, encontramos la ensambladora AYMESA con una línea de producto en la clase (Kia Río) y con la perspectiva de ensamble de Volkswagen.

Tabla 5
Estructura de precios por marca y país

	País			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
FOB	7443,00	8141,00	4200,00	4200,00
FLETE	623,69	353,70	200,00	200,00
SEGURO	4,71	11,30	6,74	4,71
CIF	8115,38	8706,00	4569,29	4569,29
Advalorem	2840,38	,00	,00	,00
Fodinfra	,00	43,53	,00	,00
IVA/IGV	1542,00	1246,81	,00	,00
ICE /ISC	,00	1640,54	,00	,00
Impuesto salida de divisas	,00	407,05	,00	,00
Impuesto de promoción municipal	,00	,00	,00	00
Costo de nacionalización	12497,69	12053,92	7014,32	7014,32
Utilidad importador 15%	1874,65	1808,09	1052,15	1052,15
Precio de venta al público	14372,34	13862,01	8066,47	8066,47
Margen_operacional	6256,96	5156,01	2835,00	2835,00
Precio_CIF	1,77	1,59	1,15	1,15

Nota: Identifica la estructura de precios de la marca Hyundai en la categoría de precios mínimos.

A fin de realizar el análisis comparativo de precios entre países, procederemos a identificar las 5 marcas de mayor demanda, a partir de lo cual especificaremos cargas de estructura que confluyen hacia la obtención del precio de venta al público, en la gama de vehículos comprendidos en el segmento de autos y jeeps, razón por la cual se procederá a especificar rangos en los que confluyan precios mínimos y máximos de las

categorías. Se analizará los contextos de precios clasificándolos en dos segmentos: Los de precios mínimos y los de precios máximos.

Complementariamente, se deberá destacar que después de los costos de importación valorados en términos CIF, encontraremos aranceles, impuestos y tributos propios de cada país, así como la determinación de política de utilidad del importador equivalente al 15%, con lo cual se obtendrá el precio de venta al público y el diferencial con los costos de importación. Los términos: Advalorem – Colombia 35%, Ecuador 40%, Perú 6% -, Fondo de desarrollo de la infancia (Fodinfa: 0,5% en Ecuador), Impuesto al valor agregado – Impuesto general de valor (IVA/IGV: Colombia: 19%; Ecuador 12%, Perú: 16%), Impuesto a los consumos especiales – Impuesto selectivo de consumo (ICE /ISC: Ecuador 25%), Impuesto salida de divisas (Ecuador: 5% del FOB), Impuesto de promoción municipal (Perú 2%), Costo de nacionalización, Utilidad importador (15%), serán utilizados como elementos a ser considerados en el precio de venta al público.

Hyundai es una marca que importa sus vehículos prioritariamente de Corea del sur, India y Japón, en Colombia, se aplica una tasa referencial por advalorem equivalente al 35%, en tanto que en Ecuador y Perú se aprovecha la suscripción del Sistema Global de Preferencias Comerciales entre Países en Desarrollo (SGPC) con el 0% de tarifa arancelaria. La gama de productos incluidos son los de tipo automóvil y suv, en versiones como Accent, Sonata, Creta, Tucson, Santa fé.

En las líneas de precios catalogados como mínimo, el PVP oscila entre los USD \$8.000 y USD \$14.500 con márgenes de carga estructural de impuestos y utilidad del importador equivalente al 177%, 159% y 115% en Colombia, Ecuador y Perú respectivamente.

Tabla 6
Estructura de precios por marca y país

	País			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
FOB	20890,00	24546,00	22820,00	24546,00
FLETE	2251,11	1193,76	1000,00	2251,11
SEGURO	487,53	38,05	75,00	487,53
CIF	22657,64	25403,23	23736,14	25403,23
Advalorem	7930,17	8891,13	1386,12	8891,13
Fodinfra	,00	127,02	,00	127,02
IVA/IGV	4305,00	4905,05	3918,09	4905,05
ICE /ISC	,00	6454,01	1786,61	6454,01
Impuesto salida de divisas	,00	1227,30	,00	1227,30
Impuesto de promoción municipal	,00	,00	489,76	489,76
Costo de nacionalización	34892,77	47007,73	28895,92	47007,73
Utilidad importador 15%	5233,91	7051,16	4334,39	7051,16
Precio de venta al público	40126,68	54058,89	33230,31	54058,89
Margen_operacional	17469,04	28655,66	10128,36	28655,66
Precio_CIF	1,77	2,20	1,87	2,20

Nota: Identifica la estructura de precios de la marca Hyundai en la categoría de precios máximos.

En los rangos de precios altos, encontramos diferenciales entre el CIF y el precio de venta al público en los rangos de USD \$17469,04; USD \$28655,66 y USD \$10128,36, situación que nos permite afirmar que en casos como los de Ecuador, el índice de precio versus CIF alcanza el 220%, de ahí que un SUV que en promedio tiene un valor de USD \$25403,23 llega a ser vendido en USD \$54058,89

Tabla 7
Estructura de precios por marca y país

	País			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
FOB	4515,00	10149,00	6534,00	4515,00
FLETE	317,97	464,80	240,00	240,00
SEGURO	3,06	7,15	4,17	3,06
CIF	6977,64	10843,15	7106,17	6977,64
Advalorem	2442,17	,00	,00	,00
Fodinfra	,00	54,22	,00	,00
IVA/IGV	1326,00	1552,87	,00	,00
ICE /ISC	,00	2043,26	,00	,00
Impuesto salida de divisas	,00	507,45	,00	,00
Impuesto de promoción municipal	,00	,00	,00	,00
Costo de nacionalización	10745,57	15000,95	8385,28	8385,28
Utilidad importador 15%	1611,83	2250,14	1257,79	1257,79
Precio de venta al público	12357,40	17251,09	9643,07	9643,07
Margen_operacional	5379,76	6407,94	1778,24	1778,24
Precio_CIF	1,77	1,59	1,15	1,15

Nota: Identifica la estructura de precios de la marca Nissan en la categoría de precios mínimos.

La marca Nissan, importó sus productos desde Bélgica, Brasil, Japón, México e Inglaterra. Los acuerdos comerciales aplicados a las operaciones son los de la Unión Europea, ALADI, y la asistencia financiera con Japón. La gama Kicks, X-trail, Qashqai, Versa, forman parte de la línea ofertada. En la categoría de precios mínimos encontramos un costo de importación promedio equivalente a USD \$6977,64 con precios referenciales que alcanzan los USD \$9643,07 y un pico de precios en Ecuador con un valor de USD \$17251,09. La estructura del IVA, ICE e ISD, hace que el precio alcance dicho diferencial.

Tabla 8
Estructura de precios por marca y país

	País			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
FOB	16656,86	18404,14	27060,43	27060,43
FLETE	6100,39	687,00	787,26	6100,39
SEGURO	1172,95	59,23	255,00	1172,95
CIF	16987,66	18895,54	27749,97	27749,97
Advalorem	5945,68	6613,44	1135,87	6613,44
Fodinfra	,00	94,48	,00	94,48
IVA/IGV	3228,00	3648,49	3210,72	3648,49
ICE /ISC	,00	4800,65	,00	4800,65
Impuesto salida de divisas	,00	920,21	,00	920,21
Impuesto de promoción municipal	,00	,00	401,34	401,34
Costo de nacionalización	26161,00	34972,81	27749,97	34972,81
Utilidad importador 15%	3924,15	5245,92	4162,50	5245,92
Precio de venta al público	30085,15	40218,73	31912,47	40218,73
Margen_operacional	13097,49	21323,19	8299,79	21323,19
Precio_CIF	1,77	2,20	1,44	2,20

Nota: Identifica la estructura de precios de la marca Nissan en la categoría de precios máximos.

En la línea de precios máximos, encontramos márgenes operacionales equivalentes a USD \$13097,49; USD \$21323,19; y, USD \$8299,79. La relación promedio precio/Cif alcanza un índice equivalente al 220%.

Tabla 9
Estructura de precios por marca y país

	País			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
FOB	5704,00	7712,49	3500,00	3500,00
FLETE	137,67	313,00	240,00	137,67
SEGURO	5,51	20,92	4,61	4,61
CIF	5922,32	8341,89	4077,50	4077,50
Advalorem	2072,81	3336,76	,00	,00
Fodinfra	,00	41,71	,00	,00
IVA/IGV	1125,00	1670,15	899,01	899,01
ICE /ISC	,00	2197,57	,00	,00
Impuesto salida de divisas	,00	385,62	,00	,00
Impuesto de promoción municipal	,00	,00	112,38	,00
Costo de nacionalización	9120,37	15973,70	6630,19	6630,19
Utilidad importador 15%	1368,06	2396,06	994,53	994,53
Precio de venta al público	10488,43	18369,76	7624,72	7624,72
Margen_operacional	4566,11	10027,87	2307,38	2307,38
Precio_CIF	1,77	2,08	1,36	1,36

Nota: Identifica la estructura de precios de la marca Volkswagen en la categoría de precios mínimos.

La marca Volkswagen, importó sus vehículos de Alemania, Bélgica, Brasil, India y México. Incidieron en las operaciones comerciales los acuerdos con la Unión Europea, ALADI y el sistema general de preferencias entre los países en desarrollo. Las gamas Jetta, Pasat, Polo, Tiguan..., forman parte de los productos clasificados en ésta partida arancelaria. En las líneas de precios mínimos encontramos autos cuyo costo de

importación osciló entre los USD \$10488,43, USD \$18369,76 y USD \$7624,72 en Colombia, Ecuador y Perú, con márgenes entre CIF y precio final de USD \$4566,11; USD \$10027,87 y USD \$2307,38 promedio por vehículo.

Tabla 10
Estructura de precios por marca y país

	País			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
FOB	22131,00	21097,00	52400,00	52400,00
FLETE	379,44	844,19	1137,00	1137,00
SEGURO	475,89	55,18	52,50	475,89
CIF	22360,85	21672,18	53569,12	53569,12
Advalorem	7826,30	7749,57	803,54	7826,30
Fodinfra	,00	108,36	,00	108,36
IVA/IGV	4249,00	4120,17	8699,63	8699,63
ICE /ISC	,00	5421,28	1296,65	5421,28
Impuesto salida de divisas	,00	1054,85	,00	1054,85
Impuesto de promoción municipal	,00	,00	1087,45	1087,45
Costo de nacionalización	34435,70	39480,78	64159,74	64159,74
Utilidad importador 15%	5165,36	5922,12	9623,96	9623,96
Precio de venta al público	39601,06	45402,90	73783,70	73783,70
Margen_operacional	17240,21	24344,28	20214,58	24344,28
Precio_CIF	1,77	2,20	1,87	2,20

Nota: Identifica la estructura de precios de la marca Volkswagen en la categoría de precios máximos.

En el rango de los precios máximos, encontramos vehículos que alcanzan valores comprendidos entre los USD \$39601,06; USD \$45402,90 y, USD \$ 73783,70, con diferencias precio /CIF equivalentes a 177%, 220% y 187%, reflejando la influencia de impuestos y tributos en la estructura del precio final.

Tabla 11
Estructura de precios por marca y país

	País			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
FOB	5271,14	10045,00	4200,00	4200,00
FLETE	366,14	677,00	299,23	299,23
SEGURO	6,54	9,68	6,02	6,02
CIF	9316,02	10761,68	4525,76	4525,76
Advalorem	3260,61	4304,67	,00	,00
Fodinfra	,00	53,81	,00	,00
IVA/IGV	1770,00	2154,62	931,70	931,70
ICE /ISC	,00	2835,03	,00	,00
Impuesto salida de divisas	,00	502,25	,00	,00
Impuesto de promoción municipal	,00	,00	116,46	,00
Costo de nacionalización	14346,67	20612,06	7171,26	7171,26
Utilidad importador 15%	2152,00	3091,81	1075,69	1075,69
Precio de venta al público	16498,67	23703,87	8246,94	8246,94
Margen_operacional	7182,65	12942,19	3721,19	3721,19
Precio_CIF	1,77	2,13	1,36	1,36

Nota: Identifica la estructura de precios de la marca KIA en la categoría de precios mínimos.

Los vehículos de marca KIA, fueron importados desde Corea del sur y México, las líneas Río, Cerato, Soul, Sportage, Sorento, se incluyen en el análisis. En el grupo de precios mínimos encontramos productos con importes que bordean los USD \$16498,67; USD \$23703,87; USD \$8246,94, sin embargo hay que notar que a pesar de tratarse de

vehículos de clases parecidas, los precios entre países alcanzan una diferencia de hasta USD \$15.000.

Tabla 12
Estructura de precios por marca y país

	País			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
FOB	21231,00	20000,00	21934,00	21934,00
FLETE	7947,70	950,00	944,00	7947,70
SEGURO	898,00	18,86	82,50	898,00
CIF	23995,00	20968,86	22880,71	23995,00
Advalorem	8398,25	7339,10	354,52	8398,25
Fodinfra	,00	104,84	,00	104,84
IVA/IGV	4559,00	4048,82	3660,91	4559,00
ICE /ISC	,00	5327,40	1878,98	5327,40
Impuesto salida de divisas	,00	1000,00	,00	1000,00
Impuesto de promoción municipal	,00	,00	457,61	457,61
Costo de nacionalización	36952,30	38789,03	26999,23	38789,03
Utilidad importador 15%	5542,85	5818,35	4049,88	5818,35
Precio de venta al público	42495,15	44607,38	31049,11	44607,38
Margen_operacional	18500,15	23638,52	8168,40	23638,52
Precio_CIF	1,77	2,20	1,87	2,20

Nota: Identifica la estructura de precios de la marca KIA en la categoría de precios máximos.

En los productos de precios máximos, los diferenciales entre el costo de importación y el precio de venta al público, alcanzaron los USD \$18500,15; USD \$ 23638,52; y,

USD \$8168,40, destacándose los incrementos ocasionados por costos adicionales en Colombia y Ecuador.

Tabla 13
Estructura de precios por marca y país

	País			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
FOB	8469,00	11324,66	4605,00	4605,00
FLETE	372,61	359,71	106,00	106,00
SEGURO	5,31	10,00	7,95	5,31
CIF	9711,51	12293,64	5064,08	5064,08
Advalorem	3399,03	4302,77	,00	,00
Fodinfra	,00	61,47	,00	,00
IVA/IGV	1845,00	2373,75	,00	,00
ICE /ISC	,00	3123,35	,00	,00
Impuesto salida de divisas	,00	566,23	,00	,00
Impuesto de promoción municipal	,00	,00	,00	,00
Costo de nacionalización	14955,72	22722,05	8234,40	8234,40
Utilidad importador 15%	2243,36	3408,31	1235,16	1235,16
Precio de venta al público	17199,08	26130,36	9469,55	9469,55
Margen_operacional	7487,57	13836,72	3006,54	3006,54
Precio_CIF	1,77	2,09	1,15	1,15

Nota: Identifica la estructura de precios de la marca Mazda en la categoría de precios mínimos.

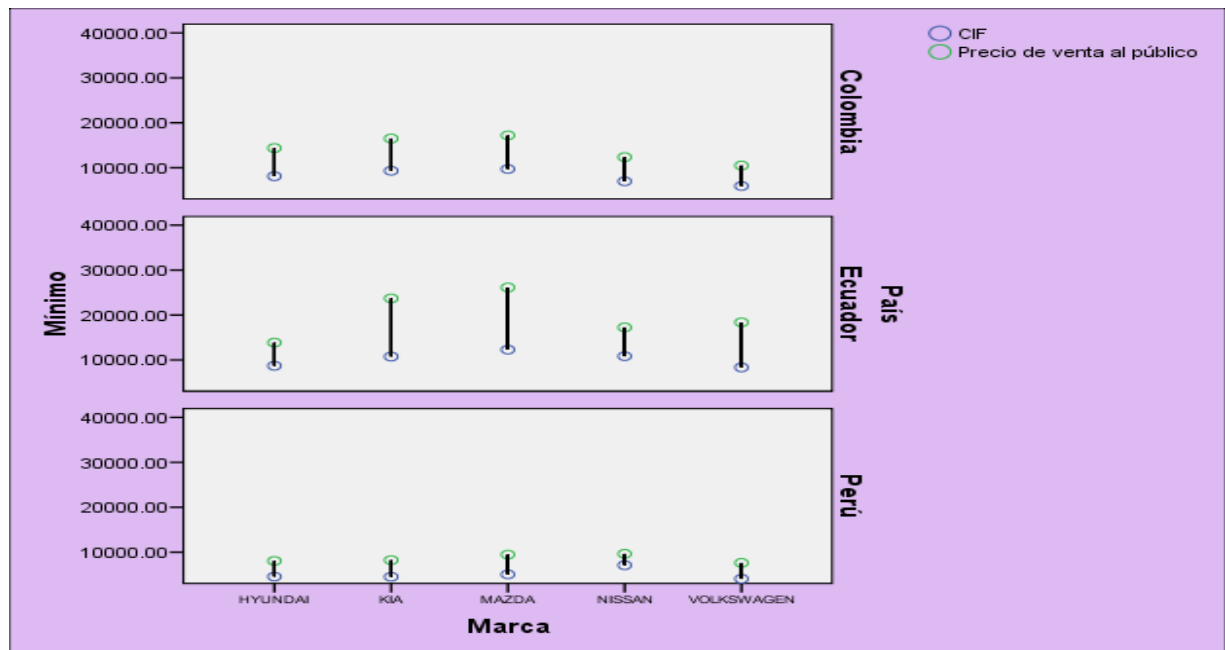
En el caso de Mazda, los vehículos fueron importados de Japón y México, con precios que alcanzaron los USD \$17199,08 en Colombia, los USD \$ 26130,36 en

Ecuador y los USD \$ 9469,55 en Perú, en la línea de los de precios mínimos. Los segmentos Mazda 2 y CX3 forman parte de ésta categoría.

Tabla 14
Estructura de precios por marca y país

	País			
	Colombia	Ecuador	Perú	Total
FOB	18140,00	15963,00	20640,78	20640,78
FLETE	1393,69	1375,45	522,75	1393,69
SEGURO	416,39	159,79	147,42	416,39
CIF	18918,23	17043,67	21181,18	21181,18
Advalorem	6621,38	6190,87	310,86	6621,38
Fodinfra	,00	85,22	,00	85,22
IVA/IGV	3594,00	3290,92	3388,99	3594,00
ICE /ISC	,00	4330,16	1610,38	4330,16
Impuesto salida de divisas	,00	798,15	,00	798,15
Impuesto de promoción municipal	,00	,00	423,62	423,62
Costo de nacionalización	29134,08	31501,53	24993,79	31501,53
Utilidad importador 15%	4370,11	4725,23	3749,07	4725,23
Precio de venta al público	33504,19	36226,76	28742,86	36226,76
Margen_operacional	14585,96	19183,09	7561,68	19183,09
Precio_CIF	1,77	2,20	1,87	2,20

Nota: Identifica la estructura de precios de la marca Mazda en la categoría de precios máximos.



Estructura de precios en la categoría de valores mínimos de importación. Diferencial costo de importación – precio de venta al público.

Figura 2 Diferencial costo de importación – precio de venta al público.

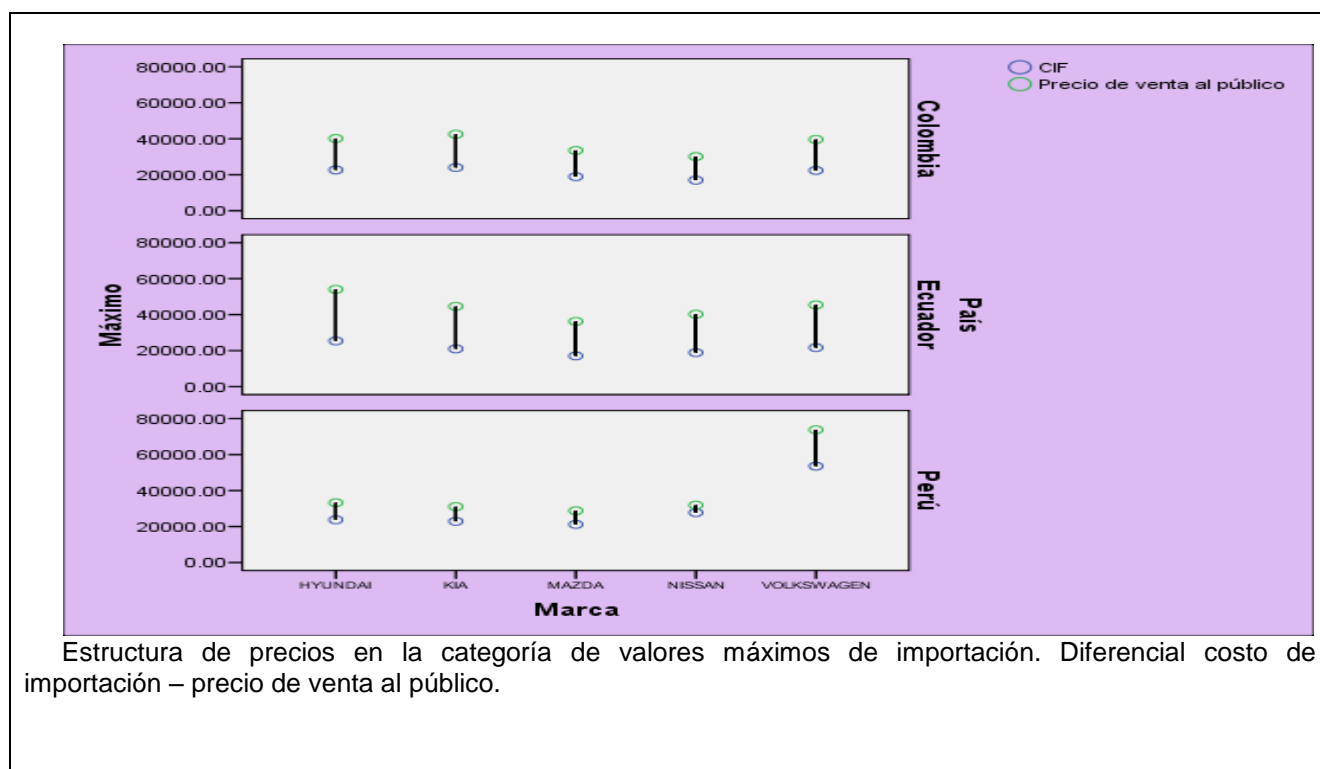


Figura 3 Diferencial costo de importación – precio de venta al público

Es importante destacar que, ya sea en la categoría de vehículos con precios mínimos así como en los de precios máximos, en Ecuador existen costos que inflan de mayor manera al precio de venta al público, con cargos tributarios e impuestos que en la mayor parte de casos duplican el precio en función de su costo de importación.

CAPÍTULO IV

DISCUSIONES

- Los procesos de integración en América Latina, han acogido esquemas funcionalistas a través de los cuales, se han especializado en el tratamiento de temas puntuales. En éste caso, se visualiza el interés por hacer que la Comunidad Andina de Naciones maneje esquemas de Unión Aduanera con la implementación del arancel externo común. Habrá que preguntarse los motivos por los cuales países como el Perú decidieron acoger un arancel unilateral saliéndose del contexto de integración suscrito.
- Los procesos de integración en América Latina son vistos como mecanismos de desarrollo regional, que buscan reunir a países cuyas condiciones sociales, culturales, económicas geográficas y demográficas resulten de procesos homogéneos e intereses estandarizados.
- Según las teorías de libre comercio, se debe propender hacia fortalecer las exportaciones a fin de conseguir balanzas comerciales que dejen excedentes en flujos operativos. En el caso de estudio Se visualiza industrias insipientes en la producción de vehículos, llegando a lo mucho al caso de implementación de ensambladoras en Colombia y Ecuador, que como se nota en su definición solo realizan procesos de unión de partes y piezas sin desarrollar tecnología que apunte hacia temas de investigación.

- Las teorías de precios normalmente se sujetan a la relación oferta – demanda, haciendo que el juego de libre mercado ubique un referencial de venta al público, sin embargo en éste sector se encuentra influencia gubernamental a través de su política comercial principalmente en Ecuador, lugar en donde la carga impositiva sobrepasa el valor del CIF en aduana, lo que origina que los precios de venta al público excedan a los de la región.
- El libre comercio como política económica de las naciones surge en el siglo XVIII como una opción al sistema mercantil imperante en aquella época, pensamiento que se dividía entre dos posturas in-excluyentes la de utilitarios y liberales, en todo caso en ambas posturas se defendió la firma de tratados de libre comercio como eje fundamental de las economías de una nación, no se puede decir que en los países de la CAN se hayan desarrollado estos mecanismos, por la diferencia e intereses asociados más a factores políticos que económicos de cada gobierno.
- En el Ecuador no se aplica la teoría de libre comercio, en su antagonismo encontramos la implementación de teorías proteccionistas, las cuales bajo el esquema de relación de dependencia lo que hacen es desdibujar un comercio mundial que sería ventajoso para los consumidores finales de vehículos. Se visualizaron esquemas proteccionistas en diferentes dimensiones: Aranceles, impuestos, salvaguardias. En Colombia se maneja la figura de la devaluación monetaria con lo que los precios reales también se encuentran ocultos, en tanto

que en Perú hay un libre comercio que encuentra su barrera en las normas ambientales.

- La estructura de los precios en los países de la CAN obedecen a políticas gubernamentales que en su interior contienen medidas desde diferentes visiones, siendo el Ecuador el país que mayores gravámenes impone en el precio de venta de vehículos asociados al Fondo de desarrollo de la infancia, impuesto a los consumos especiales e impuesto de salidas de divisas, valores que le diferencian de los otros países de la CAN, siendo dimensiones comunes FOB, CIF, aranceles, costo de nacionalización, utilidad de importador.
- Las marcas más representativas de las operaciones comerciales de los países de la CAN son: Hyundai con 9151 unidades equivalentes a \$ 109614311,19, Nissan con 8931 unidades equivalentes a \$ 116555987,31 y Volkswagen con 4467 unidades equivalentes a \$ 42775098,58.
- El Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) es un impuesto de recaudación fiscal en el Ecuador que sirve al gobierno como un mecanismo de ingresos a las arcas fiscales y que aporta al presupuesto general del estado.

BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Obtenido de Certificado oficial expedido por una autoridad sanitaria competente del país de origen, en el que se hace constar que el material vegetal inspeccionado se considera exento de plagas.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (31 de 12 de 2008). LEY DE CREACION DEL FONDO PARA EL DESARROLLO DE LA INFANCIA . Ecuador: Ministerio de Inclusión Económica y Social.
- Alarcon, M. I. (09 de 06 de 2014). *Rankia Peru*. Recuperado el 20 de Enero de 2018, de Rankia Peru: <https://www.rankia.pe/blog/sunat-impuestos/2331222-isc-impuesto-selectivo-consumo>
- Anaya, R. (13 de Octubre de 2010). *Gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/6-aspectos-teoricos-practicos-comercio-internacional/>
- Andrade, S. (2006). *Diccionario de economía*. Lima: Andrade.
- Badillo, A. (2008). Las barreras no arancelarias al comercio agropecuario intrasubregional en la Comunidad Andina. *Agroalimentaria*, 17-49.
- Beltrán, L. (2013). Comunidad Andina y negocios internacionales: una visión desde su institucionalidad y supranacionalidad . *Escuela de Admnistracin de Negocios Institucion Universitaria* , 72-85.
- Blanco, C. (2014). La crisis de la Comunidad Andina. *Revista de Derecho Universidad del Norte*, 1-32.
- Bouzas, R. (2005). El “nuevo regionalismo” y el área de libre comercio de las Américas: un enfoque menos indulgente. *REVISTA DE LA CEPAL 85*, 7-18.
- Buendía, E. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico*, 55-78.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (Julio de 2008). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 20 de Enero de 2018, de http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/3138/3053_Los_INCOTERMS_y_su_uso_en_el_comercio_internacional2.pdf?sequence=1
- Carrillo, J. (1985). *Derecho Internacional en un mundo en cambio*. TECNOS.
- Castaño, R., & González, H. (2011). *Ideas Económicas Mínimas*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

- Castro Pazmiño, L. G. (Febrero de 2015). *Repositorio Digital Universidad Nacional de Loja*. Recuperado el 20 de Enero de 2018, de Repositorio Digital Universidad Nacional de Loja:
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/16051/1/Luisa%20Gabriela%20Castro%20Pazmi%C3%B1o..pdf>
- CEPAL. (2014). *Integración regional Hacia una estrategia de cadenas de valor inclusivas*. Santiago de Chile: cepal.
- Cruz, O. (2012). Las salvaguardas arancelarias en tiempo de crisis. *Anuario Mexicano de Derecho Internacional*, 859-898.
- Delpiano, C. (2014). Comentario del informe del grupo especial de la OMC en el asunto República Dominicana - Medidas de Salvaguardia sobre las importaciones de sacos de polipropileno y tejido tubular. *Revista de Derecho Universidad Católica del Norte*, 485-493.
- Delpiano, C. (2015). Medidas de Salvaguardia y exclusiones regionales en la Jurisprudencia de la Organización Mundial de Comercio. *Revista Chilena de Derecho*, 545-566.
- Duarte, M. (2011). Algunas Consideraciones a la Teoría de la Integración en Latinoamérica. *Aldea Mundo*, 53-62.
- ENCICLOPEDIA CULTURAL. (24 de Abril de 2013). *ENCICLOPEDIA CULTURAL*. Obtenido de ENCICLOPEDIA CULTURAL: <https://edukavital.blogspot.com/2013/04/importacion-definicion-de-importacion.html>
- Filippo, A. d., & Franco, R. (2000). *Integración regional, desarrollo y equidad*. Mexico: Siglo veintiuno editores, S.A de c.v; Siglo veintiuno de España editores, s.a.
- Flores Coronel, R. (2013). Diseño del modelo scor en un operador logístico, aplicado a los procesos de almacenamiento, recolección y despacho de productos perecibles, para mejorar la eficacia de la gestión de la cadena de suministro y mejorar el nivel de servicio al cliente. *DSPACE Repository*.
- Fuenzalida, J. (2002). VALOR AGREGADO , CRECIMIENTO Y COMERCIO INTERNACIONAL. *Revista Semestral Pharos Arte, Ciencia y Tecnología*, 120-143.
- García González, K. E. (2014). Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pulpa de fruta de maracuyá hacia el mercado canadiense desde, el Carmen – provincia Manabí. *Repositorio Digital Universidad De Las Américas*.
- García, V. (2015). *Análisis Financiero: Un enfoque integral*. México: Grupo Editorial Patria.
- Gestiopolis. (25 de Marzo de 2002). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/que-es-un-arancel/>
- Gómez, A. R. (2006). Globalización, competitividad y comercio exterior. *Análisis Económico*, 131-178.

- Gómez, J. A. (2012). Plan de estratégico exportador para comercializar pulpa de maracuyá a New Orleans E.E.U.U.
- Guerra, A. (2002). *Globalización e integración latinoamericana*. Mexico: Siglo veintiuno editores, S.A de c.v; Siglo veintiuno editores argentina, s.a.
- Guía del arancel . (s.f.). *Guías online* . Obtenido de Guías online :
http://www.camaras.org/guias/arancel/guia_arancel_cap2_020.html
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. Iztapalapa. Mexico D,F: McGraw-Hill Interamericana.
- HURTADO L, I. (2007). *Paradigmas y metos de investigacion en tiempos de cambio*. Caracas: CEC S.A.
- Hurtado, M., & Rodriguez, E. (2009). *Impuesto al consumo especial*. Universidad de Cuenca . Cuenca: Impuesto al consumo especial.
- JEZL. (04 de 05 de 2016). *Jezl Auditores*. Obtenido de Jezl Auditores: <http://www.jezl-auditores.com/index.php/tributario/125-impuesto-a-la-salida-de-divisas-isd>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *El marketing según Kotler cómo crear, ganar y dominar mercados*. Mexico: Pearson .
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional Teoría y Política*. Madrid: PEARSON.
- Losada, J. L. (s.f.). *Tecnologística consultores*. Obtenido de <http://www.tecnologisticaconsultores.com/2009/07/la-preparacion-de-pedidos-como-clave-de-servicio-al-cliente/>
- Lucena, R. (2006). Comercio internacional y crecimiento económico. Una propuesta para la discusión. *Aldea Mundo*, 49-55.
- María, M., Carmen, R., & José, O. (2010). *MÉTODOS ESTADÍSTICOS Y ECONOMETRICOS EN LA EMPRESA Y PARA FINANZAS*. España: Universidad Pablo de Olavide .
- Maya, R. (28 de Julio de 2006). *Blogger*. Obtenido de Blogger: <http://rafael-maya-sanabria.blogspot.com/2006/07/breve-historia-de-los-incoterms.html>
- Mercado, S. (2004). *Comercio Internacional II / International Commerce II: Incluye Tratado de libre Comercio*. Mexico: Limusa .
- Molina, S., & Herbas, G. (2005). IIRSA y la integración regional. *Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales*, 307-316.

- Moreno, A., & Posada, H. (2007). Evolución del Comercio Intraindustrial entre las regiones colombianas y la Comunidad Andina, 1990-2004: un análisis comparativo . *Lecturas de Economía*, 83-117.
- normalizacion, I. E. (2012). *www.normalizacion.gob.ec*. Obtenido de http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/nte_inen_1971.pdf
- Nouel, E. (2006). *Nuevos temas de derecho internacional: ensayos sobre los nuevos principios y conceptos que rigen las relaciones internacionales*. Caracas: CEC, SA.
- Ojeda, J. (2017). reduccionismos en las Relaciones Internacionales. *Yura Complexus*, 2.
- Ojeda, J., Jiménez, P., Quintana, A., Crespo, G., & Viteri, M. (2015). Protocolo de investigación. (U. d. ESPE, Ed.) *Yura: Relaciones internacionales*, 5(1), 1 - 20.
- PARIS R, F. (2005). *LA PLANIFICACION ESTRATEGICA EN LAS ORGANIZACIONES DEPORTIVAS*. BALDONA: PAIDOTRIBO.
- Parisi, J., & Chibbaro, A. (1998). *Guia de Capacitacion Sobre Politicas Y Negociaciones Comerciales Internacionales Para la Agricultura*. Panamá: Serie Publicaciones Miscelaneas .
- Pendiente de migracion*. (2012). Obtenido de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/socivmyt/paginas/D_departamento/materiales/analisis_datosyMultivariable/20factor_SPSS.pdf
- Pico, G. (2008). *Código de la comunidad andina*. España: eumed.net.
- PROECUADOR. (4 de Marzo de 2013). *PRO ECUADOR*. Obtenido de PRO ECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/exportacion/>
- Rodriguez, E. (2005). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. TABASCO: UNIVERSIDAD JUAREZ AUTONOMA DE TABASCO.
- Rodríguez, E. (2005). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. TABASCO: UNIVERSIDAD JUAREZ AUTONOMA DE TABASCO.
- Saavedra, A. (2010). Los procesos de integración Económica . *Revista Peruana de Derecho Tributario*, 1-15.
- Sabra, J. (199). *Negociaciones económicas internacionales: teoría y práctica*. Montevideo: Trilce.
- Salazar, F. (2006). Implicaciones del Comercio Internacional en el contexto social y macroeconómico de América Latina. *Cuadernos de Administración*, 151-176.
- Sánchez, ,. H. (20 de Enero de 2000-2018). *Gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-los-tratados-de-libre-comercio/>
- Secretaría de la OMC, I.-2.-2. (2005). *Acuerdo para normas técnicas OMA*.

SUNAT. (1997-2016). *SUNAT*. Recuperado el 01 de Febrero de 2018, de SUNAT:
<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-general-a-las-ventas-igv-empresas>

Tapia, J. (2015). *Teoría de los Precios*. Morelia.

Tasayco, G. J. (s.f.). *www.monografias.com*. Obtenido de
<http://www.monografias.com/trabajos76/filosofia-calidad-armand-vallin-feigenbaum/filosofia-calidad-armand-vallin-feigenbaum2.shtml>

Zamora, A. I., & Pedraza, O. H. (2013). El transporte internacional como factor de competitividad en el comercio exterior. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 108-118.