

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS**

Plan de Investigación de fin de carrera titulado:

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Realizado por:

MIGUEL ALEJANDRO SUAREZ VILLAFUERTE

Director del proyecto:

Msc. GABRIEL ROSERO

Como requisito para la obtención del título de: Ingeniero Comercial en Negocios  
Internacionales

Febrero 2016



## **DECLARACIÓN JURAMENTADA**

Yo, MIGUEL ALEJANDRO SUAREZ VILLAFUERTE, con cédula de identidad # 1724060833, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado a calificación profesional; y que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

MIGUEL ALEJANDRO SUAREZ VILLAFUERTE

C.C.: 1724060833

# **DECLARATORIA**

El presente trabajo de investigación se titula:

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMÉRICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Realizado por:

MIGUEL ALEJANDRO SUAREZ VILLAFUERTE

Como requisito para la obtención del título de:

INGENIERO COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ha sido dirigido por el profesor

Msc. GABRIEL ROSERO

Quien hace constar que se trata de un trabajo original de su autor

Msc. GABRIEL ROSERO  
DIRECTOR

## **DEDICATORIA**

A mis padres por demostrar a la familia, a los amigos y a las personas cercanas que una buena inversión no se basa en la adquisición de bienes materiales, sino en la educación y formación de sus hijos. A mi hermano por darme siempre su apoyo incondicional y ser mi mejor amigo. A mi abuelita, mis tías y mi primo por haber sido como mis segundos padres y demostrarme su cariño como si lo fueran. A mis amigos, por ser mi fuente de distracción y de aprendizaje. Sin ellos no tendría una vida plena, completa y alegre.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento especial a los maestros, que durante toda mi vida estudiantil, desde la escuela hasta la universidad, se constituyeron en un pilar importante de mi formación académica y profesional. A Ricardo Erazo y su familia, pues su colaboración con este proyecto fue de vital importancia. A Gabriel Rosero, por su apertura en recibir mi propuesta y apoyarla sin dudar. Y por último, un especial agradecimiento a las personas con las que he tenido el gusto de trabajar ya que gracias a ellas he tenido que enfrentar diversos retos. Producto de ello, he logrado enseñanzas que podré aplicar durante toda mi vida profesional y, a la vez, sentirme orgulloso de todo lo aprendido de las personas más calificadas que conozco.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

### **“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”**

Estados Unidos de Norteamérica, es una nación ampliamente desarrollada en materia de comercio internacional y en la actualidad tiene suscritos varios acuerdos comerciales vigentes con diferentes países en todo el mundo. En la región latinoamericana mantiene tratados de libre comercio con Colombia, Perú y Chile, que dependen del intercambio de bienes y servicios con esta nación. Ecuador no sostiene una relación comercial abierta con Estados Unidos, salvo el pertenecer al grupo de países beneficiarios del denominado Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) cuya ventaja radica en que el país puede exportar ciertos productos sin tener que pagar impuestos de entrada.

Un acuerdo comercial entre Ecuador y Estados Unidos resulta ambivalente: Puede generar beneficios o, a la vez, causar inconvenientes a los grupos dinámicos de la economía ecuatoriana. De ahí la importancia de conocer la situación del mercado interno con relación al consumo de bienes y la situación de las naciones hermanas que ya mantienen un tratado comercial. Para ello se ha realizado un estudio de campo para el cual se delimitó un área específica: El sector de Carcelén en el norte de Quito. Se trabajó con un producto, la ropa deportiva.

Mediante la aplicación de encuestas realizadas a comerciantes y consumidores, además de una entrevista a un productor, se obtuvieron datos con relación a ingresos y gastos durante el 2014 e información sobre hábitos de consumo de ropa deportiva.

De los datos que arrojó la investigación se pudo concluir que de darse un acuerdo comercial, habría mayor tendencia de consumo de ropa deportiva (un incremento del 76,27%) es decir, se comprarían más artículos, de preferencia norteamericana. Habría además un aumento de comerciantes dispuestos a vender ropa de ese país pero, como contrapartida,

quedaría un reto importante para la industria local, la cual tendría que desarrollarse para poder competir tanto en el mercado local como en el internacional. Aparte de ello, se generarían menos ingresos para el Estado por concepto de impuestos cobrados por las operaciones de importación.

## **ABSTRACT**

**“STUDY OF INFLUENCE OF A TRADE AGREEMENT WITH THE UNITED STATES OF AMERICA AND THE SPORTSWEAR CONSUMER TRENDS IN CARCELEN, QUITO, 2014”**

United States of North America, is one of the most developed countries in international trade. Actually, it has several agreements with some countries around the world. In Latin America, USA maintains trade agreements with Colombia, Peru and Chile which depends on the exchange of goods and services. In the other hand, Ecuador doesn't have a trade agreement as its neighbors, the country receives benefits of the GSP that consist on the easier and free exportation of certain goods.

A trade agreement between Ecuador and United States can generate profits and cause inconveniences to certain groups of Ecuadorian economy, so it is important to meet the situation of internal market especially in the consumption of goods and meet the situation of other nations that subscribed an agreement with U.S. That's why, it was done a field research in Carcelén, north of Quito, and was select a product as sportswear. Through surveys made to sellers, consumers and an interview, the surveys got information of income and expenses of that product during the year 2014 and consumer habits.

With the data of the investigation, we conclude that with the trade agreement, consumption would have increased (76, 27% increase), in other words, people would buy more articles and their preference is on North American products. Also, would be more sellers of sportswear, but the local industry would have the challenge of be more developed to compete with foreign production. The Ecuadorian government would have received less income product of importation taxes.

# INDICE DE CONTENIDOS

<b><u>FASE 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</u></b>	<b><u>1</u></b>
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
2. EL MÉTODO	8
3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	13
<b><u>FASE 2. FUNDAMENTACION TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO</u></b>	<b><u>16</u></b>
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	16
2. DIAGNÓSTICO	36
3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	59
<b><u>FASE 3. VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO</u></b>	<b><u>84</u></b>
1. RESUMEN DE OBSERVACIÓN	84
2. INDUCCION	89
3. HIPOTESIS	91
4. PROBAR LA HIPÓTESIS POR EXPERIMENTACIÓN	91
5. DEMOSTRACIÓN O REFUTACIÓN (ANTÍTESIS) DE LA HIPÓTESIS	93
6. ANALISIS COSTO / BENEFICIO	94
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	104
<b><u>ANEXO A</u></b>	<b><u>108</u></b>
<b><u>ANEXO B</u></b>	<b><u>111</u></b>
<b><u>ANEXO C</u></b>	<b><u>114</u></b>
<b><u>BIBLIOGRAFIA</u></b>	<b><u>115</u></b>

# INDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRÁFICOS

FÓRMULA DEL CÁLCULO DE LA MUESTRA	10
TABLA 1: CÁLCULO DE LA MUESTRA PARA LA POBLACIÓN DE CARCELÉN SEGÚN EL CENSO DEL AÑO 2010	11
TABLA 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	12
TABLA 3: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE	12
TABLA 4: RECURSOS TÉCNICOS Y MATERIALES	14
TABLA 5: RECURSOS FINANCIEROS	14
TABLA 6: CRONOGRAMA DE TRABAJO	15
GRÁFICO 1: ÍNDICE DE FORTALEZA DE LOS DERECHOS LEGALES (0 EL MÁS BAJO ; 12 EL MÁS ALTO)	37
GRÁFICO 2: CARGAS POR EL USO DE PROPIEDAD INTELECTUAL (USD)	39
GRÁFICO 3: ESTABILIDAD POLÍTICA (-2,5 DÉBIL ; +2,5 FUERTE)	41
GRÁFICO 4: CRECIMIENTO DEL PIB (%)	42
GRÁFICO 5: CRECIMIENTO DE EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS (%)	43
GRÁFICO 6: IMPORTACIONES (% PIB)	45
GRÁFICO 7: IMPORTACIONES DE ROPA EXTERIOR DE HOMBRE Y MUJER COLOMBIA (MILLONES USD CIF)	47
GRÁFICO 8: IMPORTACIONES DE BIENES DE CONSUMO DE ECUADOR (MILLONES USD FOB)	48
GRÁFICO 9: INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA (% PIB)	49
GRÁFICO 10: GASTO FINAL DE CONSUMO DE HOGARES (% PIB)	52
GRÁFICO 11: ÍNDICE DE GLOBALIZACIÓN SOCIAL (0-100)	53
GRÁFICO 12: USUARIOS DE INTERNET (% POBLACIÓN)	54
TABLA 7: RESULTADOS DEL ENTORNO ACTUAL DE ECUADOR	55
TABLA 8: CALIFICACIÓN GENERAL	57
TABLA 9: ENTORNO CON ACUERDO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS	57
TABLA 10: CALIFICACIÓN GENERAL	58
CUADRO 1: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #1	61
CUADRO 2: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #2	62
CUADRO 3: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #3	63
CUADRO 4: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #4	63
CUADRO 5: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #5	64

CUADRO 6: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #5 _____	65
CUADRO 7: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #5 _____	66
CUADRO 8: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #5 _____	66
CUADRO 9: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #5 _____	67
CUADRO 10: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #5 _____	67
CUADRO 11: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #6 _____	68
CUADRO 12: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #7 _____	69
CUADRO 13: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #8 _____	69
MAPA 1: DISTRIBUCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS QUE COMERCIALIZAN ROPA EN CARCELÉN ____	71
CUADRO 14: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #1 _____	72
CUADRO 15: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #2 _____	72
CUADRO 16: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #3 _____	73
CUADRO 17: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #4 _____	74
CUADRO 18: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #5 _____	74
CUADRO 19: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #6 _____	75
CUADRO 20: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #7 _____	76
CUADRO 21: RESPUESTAS DE LA PREGUNTA #8 _____	77
TABLA 11: INGRESOS DEL COMERCIANTE ENCUESTADO _____	95
TABLA 12: COMPRAS DE CALZADO DEPORTIVO EN ESTADOS UNIDOS _____	95
TABLA 13: GASTOS INCURRIDOS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS DEPORTIVOS EN CARCELÉN _____	96
TABLA 14: IMPORTACIÓN DE CALZADO DEPORTIVO (SIN ACUERDO COMERCIAL) _____	97
TABLA 15: COSTEO DEL PRODUCTO (SIN ACUERDO COMERCIAL) _____	99
TABLA 16: ESTIMACIONES FINANCIERAS (SIN ACUERDO COMERCIAL) _____	99
TABLA 17: IMPORTACIÓN DE CALZADO DEPORTIVO (CON ACUERDO COMERCIAL) _____	101
TABLA 18: COSTEO DEL PRODUCTO (CON ACUERDO COMERCIAL) _____	102
TABLA 19: ESTIMACIONES FINANCIERAS (CON ACUERDO COMERCIAL) _____	102
TABLA 20: COSTO/BENEFICIO _____	103

## **FASE 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

El comercio internacional implica el intercambio de bienes y servicios de uno o varios países entre sí, así pues hay que tomar en cuenta que una exportación, tal como lo define el diccionario LID de Logística y Transporte, es la “venta y salida de bienes de un país hacia otro, a través de la frontera aduanera” (p.189) es decir, es un producto que se vende de un país a otro. Por otra parte, una importación según el mismo diccionario, es “la compra y entrada de bienes en un país, procedentes de otro, a través de frontera aduanera”. El concepto se aplica entre otras cosas, a las mercancías, los capitales y mano de obra” (p. 221). En palabras simples, es la compra de un producto de un país hacia otro.

En el texto, Feenstra y Taylor (2011), se define el ámbito en el que los países desarrollan el comercio exterior como tal. De esta manera se puede decir que los grupos de naciones líderes a nivel global, tienen una alta concentración de bienes y servicios intercambiables. El comercio interno europeo representa el 28% del total del comercio mundial, lo cual se explica por la cercanía entre las naciones y también por pertenecer a la Unión Europea.

Otro flujo comercial importante es el de Estados Unidos y Europa, que concentran el 35% del comercio global. Por último, y no menos importante, está el comercio interno de América que representa el 13%, tomando en cuenta que el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) tiene un flujo importante de intercambio entre sus países miembros, e individualmente los flujos comerciales que tiene Estados Unidos, en su mayoría, con países sudamericanos. En este contexto tenemos que el comercio que maneja la región occidental del mundo abarca un 58% del comercio mundial.

Hay que tomar en cuenta que a pesar de poseer más del 50% del comercio internacional global, varios de estos países de Europa y América, aplican barreras comerciales dentro de sus

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

naciones. Estas barreras generalmente las establecen los gobiernos de cada nación. Limitan los intercambios comerciales de los países entre sí. Las barreras de uso frecuente son de tipo arancelario, no arancelario y barreras al comercio de servicios e inversiones. Desde el punto de vista que nos ofrece Feenstra y Taylor (2011) en su texto con respecto a las razones para la aplicación de aranceles, se señala que los países los emplean como un medio de recaudación de ingresos estatales, pero también con la finalidad de proteger la industria local.

Dado que la existencia o la aparición de estas barreras implica que surjan trabas en el comercio internacional, los acuerdos comerciales regionales aparecen como una respuesta obvia a la dinamización de intercambio de bienes y servicios entre las naciones que forman parte de ellos, ya que generalmente se acuerda la eliminación de los obstáculos de tipo comercial que existen entre ellos, los cuales usualmente son los aranceles.

Según Feenstra y Taylor (2011), “los acuerdos comerciales regionales se clasifican en dos tipos básicos: Las áreas de libre comercio y las uniones aduaneras” (p.398). El área de libre comercio propone la eliminación de los aranceles y otros impedimentos comerciales, mientras que la unión aduanera tiene similitud con el área de libre comercio, pero con el particular de que el grupo de países miembros pacta aranceles que serán impuestos a las naciones fuera de la unión. De esta forma se generaría un aumento en el comercio que existe entre los países miembros.

Estados Unidos es, por así decirlo, una de las naciones que mantiene vigentes varios acuerdos comerciales, entre los cuales se destacan el ya mencionado Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), los tratados de libre comercio con países sudamericanos (Chile, Colombia y Perú), con Panamá y República Dominicana en Centroamérica, y tratados similares con otras naciones alrededor del mundo. Ecuador por otra parte mantiene vigentes acuerdos de comercio preferencial con países latinoamericanos como

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Colombia, Chile, Venezuela, México y Guatemala, a la vez que es parte de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Hay que tomar en cuenta que de acuerdo a la base de datos del Sistema de Información sobre Comercio Internacional de la Organización de Estados Americanos (OEA) al año 2015, Ecuador y Estados Unidos no tienen una relación comercial por medio de acuerdos vigentes. En una nota de prensa publicada por el diario El Comercio, Enríquez (2015, párr.1) informa que “el 29 de junio del año 2015 el presidente Barack Obama (EEUU) suscribió la extensión del Sistema de Preferencias Arancelarias por sus siglas (SGP), que genera un beneficio a las exportaciones tanto del Ecuador como de otras naciones que entran en este sistema preferencial”.

El comercio entre las dos naciones radica básicamente en el intercambio de productos petroleros, de allí la dependencia ecuatoriana de los Estados Unidos, un importante comprador de petróleo crudo. Por otra parte según la ficha técnica de Estados Unidos proporcionada por PRO Ecuador, en términos de la balanza comercial no petrolera entre Ecuador y Estados Unidos al año 2014, hay un déficit de 814,272 (miles USD). En cuanto al producto, sujeto de estudio dentro de este proyecto, los datos del Banco Central del Ecuador (BCE) muestran que el Ecuador importó 1,087 (miles USD) FOB en ropa deportiva. No se presentan datos de exportaciones de este producto en particular por parte del Ecuador.

Debe tomarse en cuenta que estas decisiones a nivel de naciones influyen directa o indirectamente en el mercado interno de cada país, debido a los diversos oferentes y demandantes de los bienes y servicios, en este caso en el mercado de ropa deportiva.

Las tendencias de consumo de este tipo de bien tienen que ser estudiadas adecuadamente para la toma de decisiones empresariales. Para ello es necesario entender el comportamiento de compra, que según Lambin (1995) “abarca el conjunto de actividades que

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

preceden, acompañan y siguen a las decisiones de compra en las que el individuo o la organización intervienen activamente con el objeto de efectuar sus elecciones con conocimiento de causa” (p. 99).

Es decir, se requiere conocer que un acuerdo comercial entre los Estados Unidos de Norteamérica y Ecuador afecta a las tendencias de consumo de ropa deportiva dentro de la población de Carcelén en la ciudad de Quito en el año 2014.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los acuerdos comerciales implican deberes y también derechos adquiridos entre una o varias naciones Usualmente, y tal como son concebidos, hay un beneficio mutuo y mantienen una estrecha relación con la sociedad como tal, puesto que tanto productores, comerciantes y consumidores de bienes y servicios están expuestos a los cambios que puedan generarse de dichos acuerdos.

El Ecuador, a pesar de no tener un acuerdo comercial formal con Estados Unidos, mantiene una estrecha relación con este país ya que maneja un rubro importante en la importación de productos no petroleros.

La presencia de un acuerdo comercial entre los dos países y su relación con las tendencias de consumo de la población de Carcelén en el norte de la ciudad de Quito en la compra de ropa deportiva, son dos enfoques que serán tratados en este estudio, puesto que es necesario revisar desde este punto de vista cómo afecta al consumidor interno, en base a la situación descrita.

### **1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA**

Basado en los antecedentes anteriores se formula el siguiente problema:

¿Cómo influencia un tratado comercial con Estados Unidos de Norteamérica la tendencia de consumo de ropa deportiva en Carcelén, Quito, año 2014?

## **1.2 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA, PREGUNTAS DIRECTRICES**

- ¿Qué tipo de acuerdos comerciales mantiene el Ecuador y con qué países?
- ¿Cómo se mantiene la relación en materia de comercio con Estados Unidos?
- ¿Cuánto compró el consumidor de Carcelén, en la ciudad Quito, en ropa deportiva en el año 2014?
- ¿Cuáles son los hábitos de consumo que rigen la compra de ropa deportiva en el área de Carcelén en Quito durante el año 2014?
- ¿Cómo influiría, en torno a la demanda de este producto en el área de Carcelén en la ciudad de Quito, un acuerdo comercial con Estados Unidos?

## **1.3 OBJETIVO GENERAL**

Estudiar la influencia de un tratado comercial con Estados Unidos de Norteamérica en la tendencia de consumo de ropa deportiva en Carcelén, Quito, en el año 2014.

## **1.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar un análisis de los acuerdos comerciales internacionales del Ecuador, específicamente con los Estados Unidos de Norteamérica en el año 2014.
- Determinar la situación del mercado interno de ropa deportiva en Carcelén.
- Observar los hábitos de consumo de la población en Carcelén durante el año 2014.
- Estudiar las ventajas o desventajas que devendrían de la firma de un acuerdo comercial con Estados Unidos, en la comercialización de ropa deportiva.

## 1.5 JUSTIFICACION

La firma de un acuerdo comercial con Estados Unidos ha generado reacciones en diversos grupos sociales del país, entre ellos el gobierno, los empresarios, analistas económicos y catedráticos. Ello se evidencia en un artículo publicado por la revista económica Líderes, donde Legarda (2015) citando a Enríquez y Maldonado (2015) sostiene que “es necesario un acuerdo comercial con los Estados Unidos debido a la permanente demanda de productos ecuatorianos en ese mercado”.

También se menciona la importancia de conocer los efectos en el mercado interno, ya que como expresa Alcívar (2015) citado por Enríquez y Maldonado (2015) “hubo afectación en países que cuentan con acuerdo comercial con Estados Unidos puesto que se presentó el ingreso indiscriminado de ciertas partidas provenientes de este país”. En todo caso es importante analizar cuán factible sería un acuerdo con Estados Unidos dentro del mercado de Carcelén en la ciudad de Quito, tomando en cuenta que sin un acuerdo formal, podría registrarse el consumo de ropa deportiva importada desde la nación norteamericana.

Iniciativas como esta, pueden influir directa o indirectamente en el consumo de un bien o servicio específico. En este caso es necesario entender los hábitos de consumo de un ecuatoriano en torno a la compra de ropa deportiva.

Esta investigación propone por ello conocer los mencionados hábitos de consumo de ropa deportiva así como determinar el comportamiento de un consumidor nacional ante la firma o no un acuerdo comercial con la nación norteamericana, de tal manera de establecer la tendencia de consumo respecto del producto.

Este estudio será entonces una herramienta para la toma de decisiones empresariales o bien, un referente para contribuir al debate sobre la viabilidad o no un acuerdo comercial con Estados Unidos. Debe tomarse en cuenta que el Plan Nacional del Buen Vivir establece en sus

políticas y lineamientos la importancia de “implementar un sistema integrado de información para el sector productivo y de servicios, con énfasis en las micro, pequeñas y medianas unidades de producción.” (p. 304). Este estudio permitirá contar con información que contribuya con el cumplimiento de uno de los objetivos del gobierno nacional.

## **1.6 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE VARIABLES**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cómo influencia un tratado comercial con Estados Unidos de Norteamérica en la tendencia de consumo de ropa deportiva en Carcelén, Quito, año 2014?

#### **1.6.1 VARIABLE DEPENDIENTE:**

Tendencia de consumo de ropa deportiva

Se espera encontrar un mayor consumo de ropa deportiva, producto de una posible reducción en el precio de venta al público, ya que al existir un tratado de libre comercio se eliminarían los aranceles de esta partida como tal.

#### **1.6.2 VARIABLE INDEPENDIENTE:**

Tratado o Acuerdo Comercial

El tratado de libre comercio entre Ecuador y Estados Unidos. Como ya se mencionó, no está vigente entre estas dos naciones, pero sí se amplía un Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) el cuál otorga preferencias arancelarias a la nación ecuatoriana.

## **1.7 NOVEDAD Y/O INNOVACIÓN**

Esta investigación tiene como finalidad determinar el comportamiento de compra y por ende los hábitos de consumo de ropa deportiva de un grupo seleccionado de la ciudad de

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Quito en Carcelén, a fin de proceder a realizar una comparación con el posible escenario en el cual Ecuador firmará un acuerdo comercial de cualquier naturaleza con los Estados Unidos.

El estudio se presenta como una alternativa innovadora, ya que hay una falta notoria de información sobre el tema. Asimismo, los datos que se recogerán serán actuales, lo que dará como resultado un estudio único que puede ser referente para trabajos similares a futuro y permitir al sector industrial y comercial, tomar decisiones a corto, mediano y largo plazo que puedan afectar el desarrollo y desenvolvimiento de sus compañías.

## **2. EL MÉTODO**

### **2.1 NIVEL DE ESTUDIO**

#### **2.1.1 EXPLORATORIO**

Mediante un estudio exploratorio se buscará esclarecer cuál sería la tendencia de consumo de ropa deportiva en Carcelén-Quito en el año 2014 sí existiera un acuerdo comercial con los Estados Unidos de Norteamérica. El estudio se estructura en base a revisiones bibliográficas, la opinión de un experto en el mercado de ropa deportiva y en una investigación de campo dentro del área delimitada por esta investigación.

#### **2.1.2 DESCRIPTIVO**

El estudio permitirá describir las características presentes en la situación comercial de Ecuador con Estados Unidos y señalar aspectos de importancia de acuerdos comerciales similares en la región, en la idea de sentar una base desde la que se pueda inferir sobre la posible tendencia de consumo de ropa deportiva en Carcelén-Quito en el año 2014.

### **2.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN**

#### **2.2.1 DE CAMPO**

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Los datos serán recogidos mediante encuestas a los comerciantes de ropa deportiva dentro de Carcelén, en la ciudad de Quito. Se aplicarán también encuestas a la muestra poblacional determinada por esta investigación en la misma área. También se realizará una entrevista a un experto del tema.

### **2.2.2 DOCUMENTAL**

El presente estudio se sustentará mediante material impreso y electrónico.

## **2.3 MÉTODO**

### **2.3.1 MÉTODO INDUCTIVO-DEDUCTIVO**

Mediante este método se realizará una investigación sobre la situación del comercio internacional de Ecuador con Estados Unidos de Norteamérica, que facilitará conocer cuáles son los hábitos de consumo de ropa deportiva de la población de Carcelén en el norte de la ciudad de Quito. Así, será posible establecer la tendencia de consumo de este producto si hubiese un tratado o acuerdo comercial entre las dos naciones previamente mencionadas.

## **2.4 POBLACION Y MUESTRA**

Para este estudio se consideran alrededor de 21 establecimientos que comercializan ropa deportiva dentro de Carcelén en la ciudad de Quito, para lo cual se toma en cuenta su clasificación de actividad económica (CIIU), con información suministrada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos –INEC- (2012), los cuales entran en la categoría G47: “Comercio al por menor, excepto vehículos automotores y motocicletas” (p. 21) y a partir de la cual se pueden identificar los establecimientos, con la estructura esquemática por clases de 4 dígitos, como los que están en la estructura G4751: “Venta al por menor de textiles en comercios especializados” (p. 37), en la estructura G4763: “Venta al por menor de equipo de

deporte en comercios especializados” (p. 37), y finalmente la G4771: “Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados” (p. 37).

Además se toma en cuenta la población de la parroquia de Carcelén, en el Distrito Metropolitano de Quito, cuyo total de habitantes se encuentra publicado en el portal web del Municipio de Quito (2015), en base a datos del Censo de Población y Vivienda (2010). La cifra asciende a 54938 habitantes.

#### 2.4.1 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Se toma la fórmula de un documento elaborado por Torres y Paz (s.f) de la Universidad Rafael Landívar de Guatemala y del portal web de la empresa Feedback Networks (2015) donde se calculará la muestra para la población de la parroquia de Carcelén en la ciudad de Quito:

##### Fórmula del Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

**Fuente:** Documento “Tamaño de una Muestra para Investigación de Mercados” y [www.feedbacknetworks.com](http://www.feedbacknetworks.com)

**Elaboración:** El Autor

A continuación se procede al cálculo de la muestra de la población de Carcelén donde se utiliza un nivel de confianza (k) de 91% a criterio del autor. Hay que puntualizar que con este nivel de confianza, como dice Feedback Networks (2015), hay un porcentaje de error de 9%, es decir, es decir, es posible errar en ese porcentaje.

**Tabla 1: Cálculo de la Muestra para la Población de Carcelén según el Censo del año 2010**

<b>Detalle</b>	<b>Sigla</b>	<b>Valor</b>
Población	N	54.938
Nivel de Confianza	k (91%)	1,69
Error Muestral	e	9%
Proporción que posee la característica	p	0,50
Proporción que no posee la característica	q	0,50
Muestra	n	88

**Elaboración:** El Autor

Según el cálculo realizado con la fórmula, se deben realizar 88 encuestas a la población de la parroquia de Carcelén.

En cuanto a los establecimientos que comercializan ropa deportiva, no se toma en cuenta el cálculo de la muestra, puesto que su cantidad es muy reducida, y por tanto es posible tener datos precisos encuestando al total de los locales

## **2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

### **2.5.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE**

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

**Tabla 2: Operacionalización de la variable dependiente**

VARIABLE DEPENDIENTE: Tendencia de consumo de ropa deportiva					
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	MEDICIÓN	INDICADORES	TECNICAS INSTRUMENTOS
Tendencia de consumo de ropa deportiva	Se espera encontrar un mayor consumo de ropa deportiva, producto de una posible reducción en el precio de venta al público ya que al existir un tratado de libre comercio se eliminarían los aranceles de esta partida como tal.	La variable, de manera operativa, analiza cuantitativamente consumo así como el comercio de ropa deportiva. El impacto social que tendría la reducción sustancial del costo por motivo de un acuerdo.	Cuantitativo y Cualitativo	Número de establecimientos que comercian con ropa deportiva.	Ubicación a través de toma de coordenadas mediante GPS
				Consumo de ropa deportiva de los habitantes.	Encuestas
				Preferencias de los consumidores	Encuestas
				Hábitos de consumo	Encuestas

**Elaboración:** El Autor

### 2.5.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

**Tabla 3: Operacionalización de la variable independiente**

VARIABLE INDEPENDIENTE: Tratado o Acuerdo Comercial					
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	MEDICIÓN	INDICADORES	TECNICAS INSTRUMENTOS
Tratado o Acuerdo Comercial	El tratado de libre comercio entre Ecuador y Estados Unidos, que como ya se mencionó, no se tiene en vigencia entre estas dos naciones pero sí se amplía un Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) el cuál otorga preferencias arancelarias a la nación ecuatoriana.	La variable, de manera operativa, analiza cualitativamente la situación comercial actual entre Estados Unidos y Ecuador, específicamente en lo referente al comercio con ropa deportiva.	Cualitativo	Acuerdos comerciales suscritos entre Ecuador y Estados Unidos.	Investigación bibliográfica.
				Leyes vigentes en la importación de ropa deportiva.	Investigación bibliográfica.
				Referencias de otros tratados similares en la región.	Investigación bibliográfica y cuadros comparativos.

**Elaboración:** El Autor

## **2.6 SELECCION INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

En base a la muestra de la población de la parroquia de Carcelén en la ciudad de Quito y a los establecimientos que comercializan ropa deportiva en este sector se realizarán:

- 88 encuestas de acuerdo al cálculo de la muestra. (Ver punto 2.4.1)
- 21 encuestas a locales comerciales que venden ropa deportiva.
- 1 entrevista a un experto en el mercado de ropa deportiva

## **2.7 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS**

Previo a la aplicación de los instrumentos de trabajo e investigación, se validará la confiabilidad de éstos mediante la implementación de pruebas piloto para las encuestas y las entrevistas.

- Se establecerán los niveles de confianza estadísticos que se requieren para la investigación.
- Se asegurará que los instrumentos midan de manera confiable las variables que deban medir. Se realizará investigación de campo para cumplir con este objetivo.

## **3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

### **3.1 RECURSOS HUMANOS**

El presente estudio será realizado por el autor, el cual se encargará de la realización e investigación del proyecto. Se contará además con el apoyo del director, que será la persona que guíe el desarrollo del trabajo de titulación.

### 3.2 RECURSOS TECNICOS Y MATERIALES

**Tabla 4: Recursos técnicos y materiales**

<b>Ítem</b>	<b>Artículo</b>
1	Computador portátil
2	Paquete de Microsoft Office (Excel, Word, Power Point)
3	Smartphone
4	Material para encuestas
5	Útiles de oficina
6	Papel bond
7	Cámara fotográfica

**Elaboración:** El Autor

### 3.3 RECURSOS FINANCIEROS

**Tabla 5: Recursos Financieros**

<b>Artículo/Recurso</b>	<b>Valor (USD)</b>
Computador portátil	1.500,00
Smartphone	100,00
Material para encuestas	20,00
Útiles de oficina	5,00
Papel bond	2,00
Cámara fotográfica	600,00
<b>Total</b>	<b>2.227,00</b>

**Elaboración:** El Autor

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

### 3.4 CRONOGRAMA DE TRABAJO

**Tabla 6: Cronograma de Trabajo**

#	Tarea	Octubre			Noviembre				Diciembre				Enero			
		S1	S2	S3	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	<b>FASE UNO</b>															
2	ELABORACION DEL TITULO Y TEMA DE ESTUDIO	■														
3	APROBACION DEL TITULO	■														
4	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA		■													
5	METODO			■												
6	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS			■												
7	<b>FASE DOS</b>															
8	FUNDAMENTACION TEORICA				■	■										
9	DIAGNOSTICO				■	■	■									
10	INVESTIGACION DE CAMPO						■	■	■	■						
11	<b>FASE TRES</b>															
12	RESUMEN DE OBSERVACION									■	■	■	■	■	■	■
13	INDUCCION									■						
14	HIPOTESIS										■					
15	PROBAR HIPOTESIS											■				
16	DEMOSTRACION O REFUTACION											■	■	■		
17	EVALUACION FINANCIERA												■	■	■	
18	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES															■
19	BIBLIOGRAFIA															■
20	Simbologia	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #008000; border: 1px solid black;"></div> Avance por fases                 <div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #0000FF; border: 1px solid black;"></div> Avance por semanas             </div>														

**Elaboración:** El Autor

## **FASE 2. FUNDAMENTACION TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO**

### **1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **1.1 MARCO CONCEPTUAL**

El marco conceptual es una herramienta que ayudará a entender la realización del mismo, así como también será un aporte para el entendimiento de las actividades posteriores.

A continuación se describen los términos más relevantes que se utilizarán en la investigación:

- Acuerdo Comercial Regional

De acuerdo a la Organización Mundial de Comercio –OMC– “los acuerdos comerciales regionales (ACR) se definen como acuerdos comerciales recíprocos entre dos o más socios. Incluyen los acuerdos de libre comercio y las uniones aduaneras.” OMC (2015, párr. 2)

- Arancel

El Diccionario LID: Logística y Transporte lo define así: “Impuesto que se debe pagar por los bienes que son objeto de procesos de importación y exportación.” (p.44).

- Comportamiento

Término extraído de la Enciclopedia de Marketing y Ventas, Océano Centrum, donde se lee: “Acción o curso de acción definitiva que un individuo ha decidido llevar a cabo frente a un problema o una alternativa.” (p. 13).

- Consumidor

La Enciclopedia de Marketing y Ventas, Océano Centrum da la siguiente definición: “Persona que destruye, a través de su utilización, los productos que le estén destinados. Eje o centro de atención de la empresa que está orientada bajo una óptica de demanda.” (p. 11).

- Hábito (de compra/de consumo)

Tomado de la Enciclopedia de Marketing y Ventas, Océano Centrum: “Costumbre, modo de ser de un individuo, modo de actuar a partir de unas necesidades que dan lugar a acciones repetitivas tendientes a satisfacer dichas necesidades.” (p. 13).

- Importación

Extraído del Diccionario LID: Logística y Transporte: “Compra y entrada de bienes en un país procedentes de otro a través de frontera aduanera. El concepto se aplica entre otras cosas, a las mercancías, los capitales y mano de obra.” (p. 221).

- Tendencia de Consumo

Término *tendencia*, recuperado del Diccionario Enciclopédico Océano Uno Color: “Propensión o inclinación psicológica hacia determinados fines o maneras de obrar.” (p. 1569) Por tanto una tendencia de consumo es una propensión a consumir bienes o servicios.

## 1.2 MARCO TEÓRICO

Para comprender mejor el tema de estudio, es necesario hacer una revisión de las principales teorías que sustentarán la investigación. Por un lado tenemos supuestos que hablan sobre el libre mercado, tomando en cuenta que una de las variables de este estudio es un acuerdo comercial con los Estados Unidos. Por otra parte, es importante comprender cómo se enmarca el estudio de las tendencias de consumo para entender mediante estas variables, el objetivo de esta investigación.

### 1.2.1 TEORÍA DE LAS VENTAJAS ABSOLUTAS Y COMPARATIVAS

Esta teoría propuesta por Adam Smith, explica las causas así como los efectos del intercambio comercial. Según García (2013), ésta constituye una de las teorías que postulan que el intercambio de bienes y servicios entre naciones trae beneficios económicos y por ese motivo promueve la libertad de comercio.

Según Adam Smith citado por García (2013):

Cuando un país extranjero nos puede ofrecer una mercancía más barata de lo que nos cuesta a nosotros, será mejor comprarla que producirla, dando por ella parte del producto de nuestra propia actividad económica, empleada en aquellos sectores en que saquemos ventaja al extranjero. (García, 2013, pág. 35)

Es decir, si un país produce una mercancía con un precio relativamente bajo en comparación al precio del elaborado en una nación extranjera y viceversa, entonces por lógica se entendería que estos dos países deberían comerciar estos productos entre ellos. Según García (2013), se generaría una especialización de cada nación en lo que mejor producen y deberían comprar lo que no elaboran. A breves rasgos pudiera concluirse que los beneficiarios potenciales serían los consumidores.

Por otro lado se toma en cuenta la teoría de las ventajas comparativas de David Ricardo. Este autor es citado por la Facultad de Economía y Finanzas de la PUCE (2015), en donde se señala lo siguiente:

El punto de partida de la explicación que da Ricardo se basa en su teoría del valor. Según Ricardo, la regla que rige el valor relativo de los bienes al interior de un país, no es la misma que regula el valor relativo de los productos intercambiados entre dos o más países. (PUCE, 2015, párr. 2)

En otras palabras, el valor que se da a las mercancías en el comercio internacional tiene que ver con el costo del trabajo. O, como menciona el artículo, “costos relativos”. A partir de

estos costos se definen patrones de especialización, tomando muy en cuenta factores como costo laboral y la relación de intercambio entre naciones.

Por medio de lo expuesto anteriormente, se puede decir que un acuerdo comercial va de la mano con lo que manifiesta esta teoría, ya que al ser uno de los pilares del comercio internacional, concuerda en cierta forma con los objetivos que persigue la Organización Mundial de Comercio -OMC- la cual según Hill (2011), se ha convertido en un instrumento, de los países que la conforman, con la finalidad de disminuir los obstáculos comerciales y crear un comercio más abierto, fomentando la inversión.

### 1.2.2 TEORÍA ECONÓMICA

Esta teoría es una de las más utilizadas por empresarios para explicar el comportamiento de los consumidores. Uno de sus principales exponentes es J. Marshall; según Arellano (2002) esta teoría asume que el hombre busca maximizar la utilidad, es decir obtener mayor valor por un producto en función de su precio, es decir, generar un máximo costo-beneficio. Tomando en cuenta también a Leroy y Meiners (1990), éstos consideran que el comportamiento del consumidor se basa en supuestos según los cuales, los consumidores como tal basan sus elecciones entre los flujos de servicios que reciben de los artículos que desean. Estos supuestos los resumen de la siguiente manera:

- **Supuesto de integridad:** Señala que el consumidor conoce el valor o la utilidad de diferentes combinaciones de bienes que se le pueden presentar, de tal manera que queda a su total elección si le satisfacen más, le dan el mismo grado de satisfacción, o bien le son indiferentes.
- **Supuesto de consistencia:** Explica que al hacer sus elecciones el consumidor es consistente. Se puede ilustrar de esta manera: Si prefiere el Producto A en vez del Producto B, posteriormente establece que prefiere el Producto B a un Producto C.

Definitivamente, por el supuesto de consistencia, prefiere el Producto A sobre el Producto C. por lo que en palabras de los autores, “las preferencias del consumidor son transitivas o consistentes”. (p. 64)

- **Supuesto de insaciabilidad:** Establece que no hay un consumidor que esté completamente satisfecho con los bienes que desea.

Tomando en cuenta lo dicho anteriormente, se pueden generar lo que se denominan curvas de indiferencia, las cuales relacionan los productos que dan el mismo grado de satisfacción a un consumidor. Estas curvas son de pendiente negativa y hay que tomar en cuenta que mientras más elevada sea la curva, se genera como dice Arellano (2002), “un mejor nivel de vida”. (p. 32)

Según Arellano (2002), esta teoría tiene más lógica para un comprador empresarial puesto que, al analizar sus preferencias por un producto, tiende a ser cuidadoso tomando en cuenta las ventajas o desventajas del bien que desean adquirir.

En conclusión, esta teoría se aplica para consumidores que son conscientes de los productos que desean adquirir, tomando en cuenta que su compra no sería de tipo impulsiva, ya que tratan de obtener valor por lo que obtienen en una transacción, definiéndose este valor como un grado de satisfacción.

### **1.2.3 TEORIA DEL APRENDIZAJE**

Esta teoría explica que los consumidores eligen un producto a partir de conocimientos adquiridos Arellano (2002) en su texto explica que el proceso de compra de un individuo no sigue un proceso racional, sino que aplica un proceso que va en contra de lo que supone la teoría económica. Esto lo ilustra con el experimento de Pavlov, un fisiólogo ruso, a fin de probar la validez de su propuesta:

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

El experimento consistía en mostrarle a un perro un pedazo de carne. Como es de esperarse, el perro hambriento comenzaba a salivar al ver la carne. Cada vez que le mostraba la carne, Pavlov hacía sonar una campana y, ante este único estímulo, el perro comenzaba a salivar. Pavlov demostró que el perro había aprendido que carne y campana iban juntas, y por lo tanto, al escuchar la campana, recordaba el estímulo carne. (Arellano, 2002, pág. 37)

Tomando en cuenta lo que explica esta teoría se puede hablar sobre la existencia de una lealtad a la marca o a un bien en particular, estableciendo que, el consumidor no cambiaría fácilmente por un sustituto del producto de su preferencia como manifiesta Arellano (2002).

La aplicación del aprendizaje como un instrumento que facilita el análisis en marketing, permite la comprensión de varias de las actitudes que presenta un consumidor. Tomando en cuenta varios factores que pueden influir en él ya sea el precio, embalaje, publicidad y los elementos que conllevan a la existencia de un estímulo que fomente una compra.

Arellano establece criterios en los cuales los consumidores basan sus compras tales como:

- **Generalización:** Manifiesta que las personas tienden a formar estereotipos de los objetos que se parecen unos de otros, es decir, consideran a estos objetos que a simple vista se parecen como iguales. Generalmente esta situación se da en marcas de productos que son líderes en el mercado, así pues, renuevan constantemente las características del producto para que hagan frente a la de sus competidores fomentando el consumidor siga prefiriendo su marca.
- **Proximidad:** Plantea la idea de que al poner juntos a dos objetos, por ejemplo, tienen características similares. En el caso de la distribución, se pone objetos de características inferiores con objetos de características superiores o mejor calidad, de esta forma se genera el pensamiento en las personas de que ambos son similares. Usualmente en productos importados, en países latinoamericanos, se tiene la idea que son de mejor calidad puesto que tienen presencia en grupos elitistas de la sociedad.

- **Pertenencia:** Tendencia de un individuo en pensar que un objeto que es parte de otro (mayor) tiene las mismas características. En este caso se ilustran las franquicias como un ejemplo Claro.

Como se puede ver, la aplicación de esta teoría tiene diferentes variantes, en tal caso se puede decir que la decisión de compra de un artículo, puede ir mucho más allá de saber las características básicas del mismo, puesto que ahora, se manifiesta la presencia de diferentes estímulos, externos al producto, que pueden influir en un consumidor.

### 1.3 MARCO REFERENCIAL

Como ya se mencionó con anterioridad la Organización Mundial de Comercio (OMC) define un acuerdo comercial como: “Acuerdos recíprocos entre dos o más socios.”. En este caso los socios vendrían a ser las naciones, de tal forma que se genera un dinamismo en el comercio internacional, abriendo las fronteras económicas, permitiendo el paso de mercancías y servicios entre países de una manera rápida y con menos trabas.

En esta parte se realizará un resumen sobre la situación de otros acuerdos comerciales en nuestro continente y se verá cómo se han venido desarrollando los tratados de libre comercio que tienen por un lado México, Canadá y Estados Unidos, y por el otro, el tratado de libre comercio entre Colombia y los Estados Unidos. Por otra parte, se hace mención a un estudio hecho en el Ecuador en el año 2004 por el IDE Business School de la Universidad de los Hemisferios de Quito, acerca del consumo de bienes y servicios. El estudio presenta datos describiendo la tendencia del consumidor local y las características en torno a la compra de ropa y calzado.

Hay que tomar en cuenta que en estos dos casos, las negociaciones tienden a ser delicadas debido a que en las dos hay un factor predominante: Estados Unidos realiza un tratado de libre comercio con dos naciones latinoamericanas que no están económicamente a

la par con este país. Se escoge el caso colombiano particularmente, debido a que presenta una situación económica que se asemeja más a la del Ecuador.

### **1.3.1 TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE (TLCAN)**

En su texto *Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global*, Hill (2011) se describe la situación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que comienza haciendo referencia a sus inicios y cómo fue concebido como un acuerdo de libre comercio entre Estados Unidos y Canadá, cuyo fin era el de eliminar los aranceles en materia de comercio entre estas dos naciones; de esa forma entra en vigor en enero de 1989. Posteriormente se adhiere México, donde se establece el TLCAN, el cual se ratifica el primero de enero de 1994 como un tratado legal.

Entre los puntos principales se detallan los siguientes:

- Eliminación del 99% de los aranceles que se aplican a bienes comerciales.
- Supresión de barreras de transito de servicios.
- Protección de los derechos de propiedad intelectual.
- Eliminación de las restricciones a la inversión extranjera directa.
- Aplicación de estándares ecológicos en cada país.
- Conformación de comisiones que impongan multas por incumplimiento y la cancelación de privilegios en caso de que se irrespeten las normas ecológicas y la legislación sobre temas sociales que puedan ser vulnerables.

Alrededor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), hay argumentos favorables y otros que ponen en duda la aplicación de esta iniciativa. En cuanto a la defensa de lo que supone el TLCAN, se argumenta que el libre intercambio entre estos

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

países genera una base productiva importante para la región. Así, Hill (2011) indica que el efecto del acuerdo ha sido en sus palabras: “pequeño pero positivo” (p. 274), según las cifras registradas de 1993 a 2005 en el comercio, es decir, en el intercambio de bienes y servicios entre los miembros que creció en 250%.

Como otro supuesto favorable del tratado, señala que “al poseer la nación mexicana una ventaja comparativa de mano de obra no calificada, habría un traslado de la producción hacia ese país. Se destaca en los resultados proporcionados por Hill (2011) la productividad laboral, que tuvo un aumento del 50% desde el año 1993. Por el contrario, Estados Unidos pierde 110 mil empleos por año en el periodo 1994 - 2000.

En cuanto a los efectos poco favorables del tratado, Hill (2011) destaca que “México tiende a ser la nación con más retos, puesto que toma en cuenta que al eliminar las barreras comerciales expone a las empresas mexicanas a competidores canadienses y estadounidenses, mucho más eficientes con mano de obra calificada y tecnológicamente superiores.

Expositores que están en contra del TLCAN, en este caso los ecologistas, advierten sobre la contaminación del río Bravo, en el que aumentarían los desechos químicos, afectando áreas tanto de Estados Unidos como de México. Asimismo, el aumento de producción en zonas cercanas a la capital del estado mexicano, contribuye a la contaminación atmosférica de la ciudad. Según el Sistema de Monitoreo Atmosférico Ciudad de México, dicha contaminación está en categoría de mala teniendo, pues en su composición se encuentran dióxido de azufre, monóxido de carbono, dióxido de nitrógeno, ozono y partículas suspendidas.

### **1.3.1.1 EFECTOS DEL TLCAN EN MEXICO**

En 2014, al cumplirse 20 años de vigencia del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), dos medios de comunicación realizaron un recuento sobre los resultados

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

o efectos que han ocurrido en México. Para este estudio es de importancia tomar en cuenta a este país en particular, puesto que su economía no está a la par con las economías de sus socios en este tratado. En efecto, según datos del Banco Mundial, al año 2014 el PIB mexicano asciende a USD 1,283 billones; mientras que Canadá y Estados Unidos suman USD 18,927 billones.

Se constatan entonces varios aspectos:

- Las exportaciones mexicanas crecen en 10,6% en promedio anual, potenciando el ingreso de divisas a ese país, de acuerdo a CNN Expansión (2014)
- Según datos de la Secretaria de Relaciones Exteriores de México (2014), que cita la revista Forbes (2014), se multiplica el comercio entre los tres países en un trillón de dólares. Crece el comercio bilateral en 2013 entre México y Estados Unidos en 50% y entre México y Canadá en 70%.
- Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014) citado por la revista Forbes (2014), para el cierre del 2013 se registra una balanza comercial negativa en la economía mexicana.
- De acuerdo a CNN Expansión (2014) por cada dólar que México exporta al mundo, el valor agregado de los productos tienen la siguiente composición: 37% proviene de Estados Unidos y 23% de Canadá.

En conclusión, se aprecia que la economía mexicana tiene retos por delante. Puede sacarle una ventaja al acuerdo comercial, tomando en cuenta que, según las cifras presentadas hay un aumento en su comercio con sus socios comerciales, pero aun así no le alcanza para poder revertir la situación deficitaria de su balanza comercial.

### **1.3.2 TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE ESTADOS UNIDOS Y COLOMBIA**

El tratado de libre comercio entre Estados Unidos y Colombia es un acuerdo comercial que busca la integración a nivel económico entre las dos naciones, según afirma Correa y González (2014) del diario El Tiempo El acuerdo entró en vigencia en mayo de 2012.

Una revisión del texto final del acuerdo proporcionado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, permite identificar los puntos más importantes que lo componen, de ellos se tiene:

- La eliminación arancelaria de bienes.
- Compartir información en torno a tasas, cargos, licencias y procedimientos que están implícitos en la entrada y salida de estos bienes.
- Prohibir la comercialización de productos distintivos de cada parte, si así lo determinasen.
- Creación de comités cuya función sea la de facilitar el cumplimiento de las disposiciones del acuerdo.
- Promover la inversión.
- Defensa comercial para productos nacionales que puedan sufrir un percance, para lo cual se fija una salvaguardia que debe impedir la reducción del arancel en un plazo determinado.
- Protección de la propiedad intelectual.
- Se reconoce la soberanía de cada nación con su legislación laboral.
- Se reconoce el derecho soberano a reglamentar la protección del medio ambiente.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

En el documento resumen del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Colombia, se destaca que este acuerdo es una oportunidad para el país latinoamericano puesto que beneficia a varios productos, entre ellos, textiles, calzado, flores y cigarrillos, lo que afianza el beneficio que se tenía con el anterior ATPDEA.

En otro ámbito Colombia gana competitividad frente a otros países que ya cuentan con un tratado de libre comercio con Estados Unidos y se beneficia con el poder competir en nuevos mercados.

En el texto en referencia se establece también que efectivamente hay una mejoría en torno a la apertura del mercado, eliminando medidas no arancelarias, en este caso sanitarias y fitosanitarias para sus productos, aunque en contraparte se exige tener procesos de calidad para la elaboración de productos los cuales son indispensables para entrar al mercado estadounidense, lo cual constituye un reto para la industria colombiana. En cambio en las importaciones, Estados Unidos tiene acceso a vender en Colombia bienes de capital y materias primas que son escasas o no hay en este país y también productos de los cuales asegura el gobierno colombiano, su industria está preparada para competir.

Según González y Correa (2014) del diario El Tiempo, hay ciertos factores a analizar a dos años de la firma del acuerdo comercial. Se reporta que las ventas de los bienes no tradicionales han crecido en 11.9%, según datos de Proexport citado por los autores del artículo, 1609 empresas cafeteras de 3896 registradas han empezado a vender sus productos en el país norteamericano debido a la competitividad que ganan las exportaciones al reducir o desaparecer el arancel.

Según González y Correa (2014) existen algunas dificultades que enfrenta Colombia en el acuerdo, entre ellas, la falta de control en las aduanas para el ingreso de productos al territorio lo que deriva en la lentitud en la nacionalización de los productos y en actos de

corrupción. Además, el empresario colombiano no tiene cuidado especial en el etiquetado de los productos que exporta y por ello se dificulta la entrada a Estados Unidos.

Siguiendo en esta línea, los empresarios colombianos no tienen cuidado especial en los estándares de calidad con los que se deben manejar los productos que pretenden ser ingresados en el mercado estadounidense.

En base a la información presentada, se puede señalar que el tratado de libre comercio que firmó Colombia con los Estados Unidos genera matices positivos que pueden beneficiar al productor colombiano pero que, a la vez, le trae retos en cuanto a la mejoría de procesos productivos. En esa medida, se pueden aprovechar los beneficios que trae competir en ese mercado. En este caso, las negociaciones del acuerdo han sido beneficiosas en este periodo con relación al mercado interno colombiano puesto que como resalta el gobierno de ese país, se ha tenido especial cuidado en establecer medidas que prevengan un peligro potencial en productos vulnerables a perder competitividad.

### **1.3.3 ESTUDIO DEL IMPACTO DEL CONSUMO EN LA ECONOMÍA (IDE BUSINESS SCHOOL)**

El presente estudio parte de la explicación de la composición del Producto Interno Bruto (PIB), definido como la sumatoria del consumo final, el gasto del gobierno, la inversión, la balanza comercial y de servicios. Se destaca que el consumo es uno de los motores principales de la economía.

El estudio se remonta al año 2004. Se explica que aproximadamente el 78% del PIB se basa en el consumo ya sea a nivel gobierno o del sector privado. Del consumo total, el 67% pertenece a las familias. Con datos retrospectivos de los 10 años anteriores al año de publicación del artículo, se muestra que uno de los picos inferiores en el consumo se presentó

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

en la época de la crisis de 1999 del Ecuador. A partir de esta fecha hubo incrementos importantes en este rubro del PIB.

Con el crecimiento de la economía en los años 2003 y 2004 respectivamente vienen años en los que las familias destinaban sus ingresos a consumo y por ende se pudo evidenciar una balanza comercial deficitaria ante este fenómeno, que en las condiciones de la época, no generaba inconvenientes.

Basados en una encuesta aplicada a las poblaciones de Quito y Guayaquil, los investigadores de IDE Business School de la Universidad de los Hemisferios (2004), construyeron un índice de expectativas de consumo (IEC) que se plantea varias preguntas “en las cuales se indaga sobre las percepciones de la gente respecto a la economía en el corto y mediano plazo; de esta forma, y que permite tener una idea de la tendencia del consumo presente y futuro.” (IDE Business, párr. 6). Los resultados del estudio necesariamente sobrepasan los 100 puntos, puesto que es un indicio positivo del consumidor respecto de los temas económicos,

De los resultados arrojados se concluye lo siguiente:

A nivel nacional existe una clara tendencia decreciente en la confianza del consumidor: Empezando en 75 puntos, el índice cayó a niveles de 67 en el mes de junio. El decrecimiento ha ido de la mano con la inestabilidad política y de otros órdenes. Esto se comenzó a sentir con más fuerza desde abril (atrasos en pagos a los empleados públicos, señales de dificultades en el financiamiento del Gobierno etc.) (IDE Business School, párr. 8)

Si bien los indicadores macroeconómicos son relativamente alentadores, la creciente impopularidad del Gobierno de entonces generaba expectativas negativas, lo que de hecho se ha reflejado en una ligera caída en la actividad económica. (IDE Business School, párr. 8)

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

A pesar de ello, y sin contar con la tendencia decreciente, los resultados arrojan que el consumidor sostenía que su situación iba a mejorar el siguiente año. De cierta manera se pudo inferir que la tendencia de consumo iba a crecer.

Este estudio estuvo respaldado por los resultados de Pulso Ecuador, una organización que recabó datos acerca de las preferencias de consumo del ecuatoriano durante el 2004. Entre los 10 primeros ítems se encuentran el calzado y vestido los cuales ocupan el 4% cada uno del consumo total.

Sobre estos dos ítems (calzado y vestido) Pulso Ecuador (2004) señala que los canales más utilizados de compra de estos productos son los grandes almacenes y las boutiques. Los factores diferenciadores entre los canales distribución se dan por el precio (35%) y la calidad (21%). En cuanto al motivo de la compra se puede observar que la decisión o motivación es individual de cada consumidor.

El origen preferido de la ropa es como sigue: 41% en Ecuador, 26% Estados Unidos y 16% Colombia; aunque en los hogares de ingresos altos estas preferencias se remiten hacia la ropa norteamericana. En cuanto a la frecuencia, el 58% de las personas renueva su vestido y calzado entre 6 meses y 1 año, mientras que el 37% lo hace en lapsos inferiores a 3 meses, es decir, entre 1 a 5 veces por año.

#### **1.4 MARCO LEGAL**

En esta parte se hará referencia a las normas legales que regulan la actividad de importación de bienes de consumo, en este caso ropa deportiva. Dichas normas son aplicadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. También, se realizará una revisión del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en cuanto al producto motivo de este estudio. Culmina con la revisión de la actual normativa que rige en cuanto a la relación

comercial de Ecuador con los Estados Unidos, tomando en cuenta el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) que, como ya se mencionó, fue recientemente renovado.

#### 1.4.1 IMPORTACIÓN DE BIENES DE CONSUMO

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, las importaciones de mercancías tienen que cumplir las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación que haya sido declarado. En este estudio se hará referencia al régimen de “Importación para el Consumo” dictado por el artículo 147 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI). Se transcribe a continuación:

**Art. 147.- Importación para el consumo.-** Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras. (COPCI, 2010, pág. 29)

Tomando en cuenta que el SENAE establece que hay restricciones para importar ciertos productos, se toma en cuenta la Resolución N° 182, adoptada en el año 2008 por el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), donde se implementan varias prohibiciones que se detallan a continuación:

- 1.- Se prohíbe la importación e internación de cualquier forma y transbordo marítimo de tiburones enteros o aletas de tiburón en cualquier estado de conservación o procesamiento, aun cuando hayan sido capturados en aguas internacionales.
- 2.- Se prohíbe la importación de antibióticos, colorantes y esteroides de crecimiento para uso acuícola, que tengan cero tolerancia en los mercados internacionales por poseer efectos letales para la salud humana, Solamente se podrá importar aquellos productos de uso veterinario y biocida con aplicación en la actividad acuícola, que estén expresamente aprobados por las autoridades sanitarias de los países importadores de productos acuícolas, incluyendo los países de la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá, Japón y otros.
- 3.- Se prohíbe, la fabricación, formulación, importación, comercialización y empleo de plaguicidas cuyo ingrediente activo es el mancozeb y sus mezclas.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

4.- Se prohíbe la importación de focos incandescentes de uso residencial de potencia entre los rangos de 25w a 100w inclusive. (Instructivo General del Importador, s.f., pág. 04)

En esta resolución se presenta un listado de los productos de prohibida importación donde la ropa deportiva no está incluida, la cual de cierta forma puede ingresar en el país, una vez se cancelen los impuestos aduaneros correspondientes.

Asimismo para desaduanizar la mercancía se toman en cuenta los artículos 72 y 73 del Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 (2011), los cuales toman en cuenta los documentos que acompañan la declaración aduanera de importación:

**Art. 72.- Documentos de acompañamiento.-** Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto. Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean. La aplicación de la sanción que contempla el artículo 190, literal i) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, no eximirá de la presentación del documento de acompañamiento para el levante de las mercancías, por consiguiente la sanción será impuesta únicamente en los casos que dicho documento no se presente en conjunto con la Declaración Aduanera. (Reg. COPCI, 2011, pág. 26)

**Art. 73.- Documentos de soporte.-** Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Reg. COPCI, 2011, pág. 27)

En los documentos de soporte se incluyen los documentos de transporte, la factura comercial o un documento que acredite la transacción de los bienes y el certificado de origen que según el Reglamento del COPCI (2011), “es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

internacionales y normas supranacionales.” (p. 27) y, además, otros documentos que sugiera el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Sobre el pago de los impuestos y tributos para la ropa deportiva, se determina que debe pagar valores tales como el Arancel Cobrado a las Mercancías (AD-VALOREM), el Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA), y el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Para el AD-VALOREM que se debe pagar para ropa deportiva, se aplica una sobretasa dictaminada por la Resolución N° 011-2015 aprobada por el Pleno del Comité de Comercio Exterior en marzo de 2015 donde se lee lo siguiente:

**Artículo Primero.-** Establecer una sobretasa arancelaria, de carácter temporal y no discriminatoria, con el propósito de regular el nivel general de importaciones y, de esta manera, salvaguardar el equilibrio de la balanza de pagos, conforme al porcentaje ad valorem determinado para las importaciones a consumo de las subpartidas descritas en el Anexo de la presente resolución. La sobretasa arancelaria será adicional a los aranceles aplicables vigentes, conforme al Arancel del Ecuador y los acuerdos comerciales bilaterales y regionales con los que el Estado ecuatoriano es Parte contratante. (Resolución. 011-2015, 2015, pág. 03).

De esta manera, tomando en cuenta el Anexo de esta resolución se aplica una sobretasa arancelaria del 25% (aparte del AD-VALOREM de 10% y USD 5,5 por cada Kilogramo) para la ropa deportiva que ingresa al Ecuador.

El FODINFA según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2015), es una tasa que administra el INFA el cual se fija en 0,5% sobre la base imponible de la importación (Suma del costo, seguro y flete).

Por último el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, toma en cuenta que se debe pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el cual es administrado por el Servicio de Rentas Internas del Ecuador (SRI) el cual corresponde al 12% (Sobre la base imponible + AD-VALOREM + FODINFA).

#### **1.4.2 TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE COLOMBIA CON ESTADOS UNIDOS**

Este acuerdo comercial o tratado de libre comercio contempla la eliminación arancelaria, la cual se refleja en la Sección B, Artículo 2.3 del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Colombia:

##### **Artículo 2.3: Eliminación Arancelaria**

1. Salvo disposición en contrario en este Acuerdo, ninguna Parte podrá incrementar ningún arancel aduanero existente, o adoptar ningún arancel aduanero nuevo, sobre una mercancía originaria.
2. Salvo disposición en contrario en este Acuerdo, cada Parte eliminara progresivamente sus aranceles aduaneros sobre las mercancías originarias, de conformidad con su Lista de Desgravación del Anexo 2.3. (...) (TLC Estados Unidos y Colombia, 2007, pág. 2)

De esta forma para la ropa deportiva, según el Anexo 2.3 se aplica una desgravación completa de los aranceles, es decir tipo A. Hay que tomar en cuenta que en la lista de desgravación de los bienes no agrícolas colombianos, el producto tenía un arancel de 20%, para su ingreso en el mercado.

#### **1.4.3 SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS (SGP)**

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), según explica el gobierno de los Estados Unidos (2015) en su guía sobre el sistema, es un programa cuyo fin es promover el crecimiento económico de varias naciones en desarrollo, reduciendo, o en otros casos, eliminando los impuestos de cerca de 3500 productos que provengan de estos países y que desean ingresar al mercado estadounidense. El SGP fue instituido por los Estados Unidos el primero de enero del año 1976 bajo el Acta de Comercio (19 USC 2461 et seq.). Tiene un aval del congreso de dicha nación hasta el 31 de diciembre del año 2017 cuando expira a nivel general.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Según la guía del SGP estadounidense (2015), el programa toma en consideración cuatro criterios por los cuales un país puede ser acreedor a este beneficio. Éstos se describen a continuación:

- No deben ser países comunistas o controlados por el comunismo internacional.
- Los beneficiarios no deben ser partícipes de: a) retener el suministro de recursos vitales de los productos básicos del comercio internacional o para subir el precio de esos productos a un nivel razonable y b) Causar una perturbación grave de la economía mundial.
- Un beneficiario del SGP no puede permitirse un trato preferencial a los productos de un país desarrollado que tenga o pueda tener un efecto adverso significativo sobre el comercio de Estados Unidos.
- No puede nacionalizar, expropiar o confiscar propiedad de los ciudadanos o corporaciones estadounidenses sin haber tomado medidas para proporcionar una pronta, adecuada y efectiva indemnización, o presentando estos temas a un foro de mutuo acuerdo de arbitraje.
- Un beneficiario del SGP no puede haber fallado en reconocer o hacer cumplir los laudos arbitrales a favor de los ciudadanos de Estados Unidos o corporaciones.
- Un beneficiario no puede ayudar o instigar, mediante la concesión de refugio a toda persona o grupo que ha cometido un acto de terrorismo internacional.
- Los beneficiarios deben haber adoptado medidas que reconozcan los derechos del trabajador, las cuales deben ser reconocidas a nivel internacional.
- Deben trabajar para abolir el trabajo infantil.

## **2. DIAGNÓSTICO**

### **2.1 ANÁLISIS PEST**

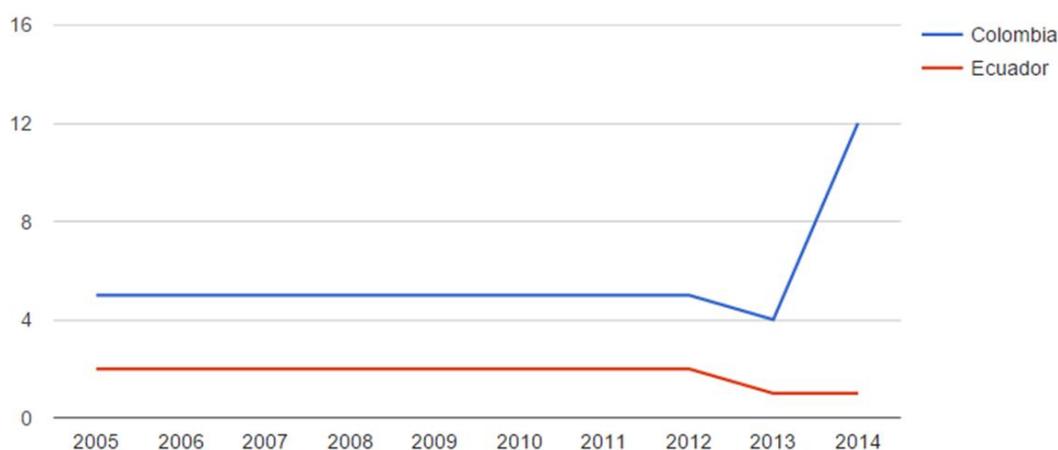
En el siguiente análisis se identificará el entorno político, económico, social y tecnológico del Ecuador destacando el supuesto de la firma de un acuerdo comercial con los Estados Unidos de Norteamérica. Es necesario tener una visión de estos entornos puesto que ayudan a un mejor entendimiento de la investigación de campo en Carcelén dentro de la ciudad de Quito que se presenta posteriormente. Para ello se han tomado en cuenta indicadores del Ecuador, por un lado, y de Colombia por otro. Esta nación ya cuenta con un tratado de libre comercio con Estados Unidos, y en razón de que la economía colombiana tiene rasgos muy parecidos a la economía ecuatoriana, nos brinda una referencia importante para poder manejar este análisis, y entenderlo de una manera práctica realizando comparaciones en cuanto a las cifras de cada país, de modo que al final se pueda establecer el panorama que presentaría Ecuador con la firma de un acuerdo comercial.

#### **2.1.1 ENTORNO POLÍTICO**

##### **2.1.1.1 ÍNDICE DE FORTALEZA DE LOS DERECHOS LEGALES**

Este indicador según el Banco Mundial (2015), “mide el grado en el que las leyes de garantía y quiebra protegen los derechos de los prestatarios y prestamistas y, de ese modo, facilitan el otorgamiento de préstamos.” (WTO, 2015, párr. 01). El indicador tiene un rango de 0 a 12 (siendo 0 el más bajo y 12 el más alto). Según el Banco Mundial, Ecuador al año 2014 cuenta con una calificación de 1,82 puntos (2 puntos en 2012), y su vecino Colombia aparece con 12 puntos (5 puntos en el año 2012).

**Gráfico 1: Índice de fortaleza de los derechos legales (0 el más bajo ; 12 el más alto)**



**Fuente:** Banco Mundial

**Elaboración:** TheGlobalEconomy.com

El tratado de Libre Comercio de Estados Unidos con Colombia, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2015), empezó su vigencia en el año 2012. Si revisamos la información presentada, en ese año parte con una puntuación de 5, es decir, crece 7 puntos al año 2014. Mientras que el Ecuador decae desde 2012 en un valor de 0,18 puntos.

Tomando en cuenta que con el tratado se facilita el acceso de productos colombianos al mercado norteamericano, la industria de ese país tiene el reto de desarrollarse. Por ello el gobierno colombiano implementa la Ley 1676. De acuerdo al ministro de Hacienda, Mauricio Cárdenas, mediante este cuerpo legal, “las empresas pueden ahora usar maquinaria, equipos, inventarios o capital de trabajo como garantía efectiva del crédito y no dependen solamente de propiedad raíz para ello” (MINHACIENDA, 2014, párr. 04). Es decir, esta reforma facilita el acceso a créditos, y por otro lado, da poder a los acreedores para obtener de forma más oportuna el capital en caso de haber morosidad por parte de los deudores.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

De esta forma, el marco legal intenta facilitar la obtención de recursos para poder potenciar la industria local, lo que de cierta forma generaría como una consecuencia posible un aumento en la cantidad de productos vendidos en el exterior. De existir un acuerdo con los Estados Unidos, Ecuador tendría que implementar un marco legal semejante que permita dinamizar el otorgamiento de crédito para poder solventar la demanda de capital de trabajo de la industria, favoreciendo la producción local.

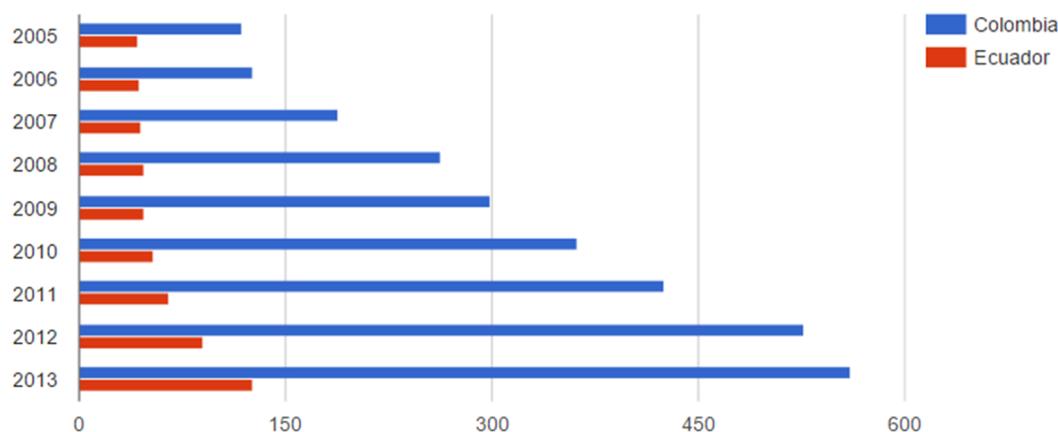
#### **2.1.1.2 CARGAS POR EL USO DE PROPIEDAD INTELECTUAL**

El Banco Mundial (2015) citado por la página web TheGlobalEconomy.com (2015) define este indicador así:

Las regalías y tarifas de licencia son pagos y cobros entre residentes y no residentes por el uso autorizado de activos intangibles, no financieros, no fabricados, y derechos de propiedad (como patentes, derechos de autor, marcas registradas, procesos industriales y franquicias) y por el uso, en virtud de contratos de licencia, de originales producidos de prototipos (como películas y manuscritos). (TheGlobalEconomy.com, 2015)

Este indicador está expresado en dólares de los Estados Unidos de América. En otras palabras, toma en cuenta la circulación de dinero que se genera sobre el uso de la propiedad intelectual dentro del territorio que se mide.

**Gráfico 2: Cargas por el uso de propiedad Intelectual (USD)**



**Fuente:** Fondo Monetario Internacional

**Elaboración:** TheGlobalEconomy.com

Como se puede observar, las cifras muestran un crecimiento de ambos países durante el periodo 2005 - 2013 respectivamente. Así, el Ecuador va de USD 42,86 millones en 2005 a USD 125,98 millones en 2013 (creciendo en 194%). Asimismo su vecino crece en 375% pasando de USD 118,09 millones a USD 560,55 millones. Esto significa que la nación colombiana casi quintuplica las cifras por concepto de transacciones en materia de propiedad intelectual.

Se podría explicar el incremento notable de Colombia por lo que propone el Capítulo 16, que establece medidas sobre protección de la propiedad intelectual internacionalmente reconocidas. Dicho esto, es claro que existe una diferencia notable entre los valores que manejan tanto Colombia como Ecuador.

En el caso ecuatoriano podemos observar que tiene un modesto crecimiento en cuanto a lo que este indicador refiere, pues el país ha venido realizando iniciativas que fomentan los derechos de propiedad intelectual. Una de tales iniciativas está detallada en el Informe de Rendición de Cuentas (2014) realizado por el IEPI donde el Ecuador suscribe el tratado de Marrakech, el cual “mejora el acceso a las obras publicadas de las personas ciegas, con

discapacidad visual o con otras dificultades de acceso al texto impreso...” (IEPI, 2014, p. 05).

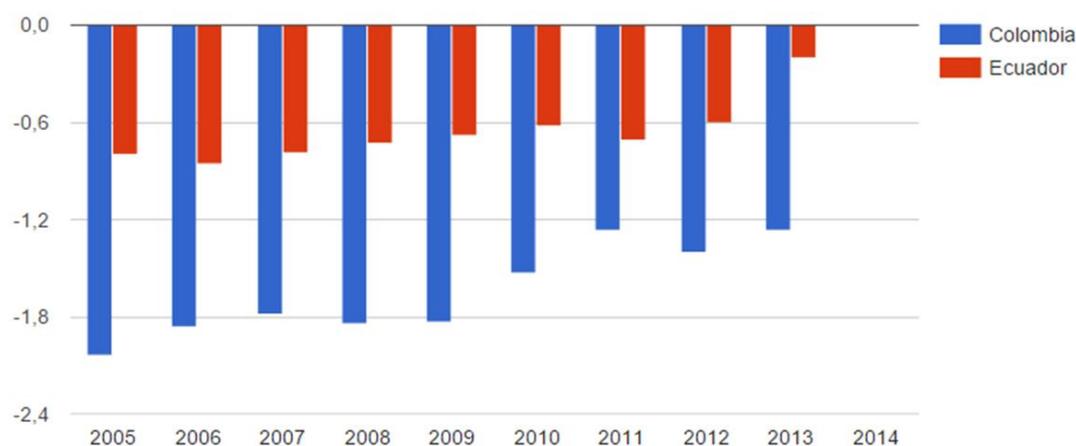
En una nota de prensa publicada por diario El Comercio y la agencia EFE (2015) se reporta que el gobierno de lo Estados Unidos incluyó al país en una denominada “lista negra” en la que se encuentran naciones que no ejecutan de manera oportuna regulaciones que protejan la propiedad intelectual. Las reacciones no se hacen esperar y según relata EFE en su nota de prensa, la Asamblea Nacional del Ecuador realiza reformas en el Código Integral Penal para combatir las amenazas a los derechos de autor.

Tomando en cuenta los casos de Ecuador y Colombia, un acuerdo comercial con Estados Unidos ampliaría la protección, en cuanto a derechos de propiedad intelectual, puesto que ante una mayor presencia de regulaciones se generaría un crecimiento notable en el monto de las transacciones relacionadas con este tema.

### **2.1.1.3 ESTABILIDAD POLÍTICA**

Este indicador según el Banco Mundial (2015) mide la percepción de inestabilidad política o violencia proveniente de ésta incluido casos de terrorismo. -2,5 puntos es un débil desempeño de la gobernabilidad y +2,5 es un fuerte desempeño.

**Gráfico 3: Estabilidad política (-2,5 débil ; +2,5 fuerte)**



**Fuente:** Banco Mundial

**Elaboración:** TheGlobalEconomy.com

En cuanto a la estabilidad política Ecuador puntúa -0,2 mientras que Colombia -1,25 en el año 2013. De esta forma podemos observar que la percepción acerca de la gobernabilidad del Ecuador es favorable. Al respecto, según Morejón (2015) de El Ciudadano, “aquello es uno de los factores que favorece la llegada de la inversión extranjera.

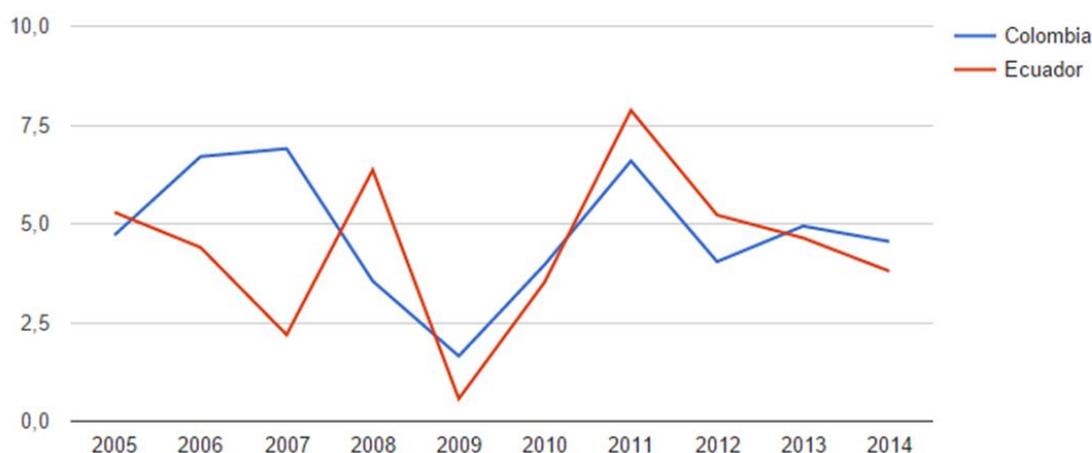
En cuanto a la inversión extranjera, este es un factor que puede influir en el ingreso de inversionistas y comerciantes en el Ecuador. Si tomamos el indicador colombiano podemos observar que al año 2013 se mantiene una calificación regular, por así decirlo, pero que ha mejorado con el tiempo. Actualmente, las negociaciones con las FARC según diario El País (2015) van por buen camino al punto de que se da un plazo para la firma de la paz. Con ello, podría mejorar sustancialmente este indicador favoreciendo aún más su estabilidad política.

## 2.1.2 ENTORNO ECONÓMICO

### 2.1.2.1 CRECIMIENTO DEL PIB

El PIB tomando la explicación del Banco Mundial: “es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía, más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos.” (Banco Mundial, 2015, párr. 01).

**Gráfico 4: Crecimiento del PIB (%)**



**Fuente:** Banco Mundial

**Elaboración:** TheGlobalEconomy.com

En el año 2014 Ecuador reportó un crecimiento del PIB de 3,8% mientras que el de Colombia fue de 4,55%. Claramente se puede ver que hubo una desaceleración económica de ambas naciones donde reportaban un crecimiento superior al 6%. Por otra parte ello se debe a que estas dos naciones son exportadoras de materias primas. En un comunicado de prensa del Banco Mundial (2015) se hace referencia a que hay una reducción paulatina en torno al crecimiento regional latinoamericano por factores como los precios bajos en materias primas. En cuanto al caso colombiano, el Ministerio de Hacienda de ese país esperaba que con el acuerdo comercial con Estados Unidos la economía crezca un punto cada año, lo cual

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

confirma que con o sin acuerdo aún hay vulnerabilidad en la economía de este país en torno al cambio de precios de los commodities.

Una posible solución a esta dependencia es que se potencie la industria para generar productos con valor agregado, los cuales puedan por medio de acuerdos, como el que ya cuenta Colombia, ser vendidos en los mercados internacionales.

### 2.1.2.2 EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS

Para este análisis se presentará el porcentaje de crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios con datos proporcionados por el Banco Mundial, es decir, el valor de todos los bienes y demás servicios de mercado prestados al resto del mundo. Entre ellos están incluidos el valor de las mercaderías, fletes, seguros, transporte, viajes, regalías, tarifas de licencia y otros servicios tales como los relativos a las comunicaciones, la construcción, los servicios financieros, los informativos, los empresariales, los personales y los del Gobierno.

**Gráfico 5: Crecimiento de Exportaciones de Bienes y Servicios (%)**



**Fuente:** Banco Mundial

**Elaboración:** TheGlobalEconomy.com

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Para el año 2014 se puede observar que el Ecuador presenta un crecimiento en sus exportaciones de 6,16% (2,35% en el 2013), mientras que el crecimiento de las exportaciones colombianas presenta un valor negativo con -1,69% (5,34% al año 2013).

En el caso colombiano, según explica Daniel Niño (2015) del portal Dinero, existe efectivamente un crecimiento en la economía colombiana pero sus exportaciones mantienen una reducción importante debido a la caída de los precios de los combustibles. Se trata, según explica, de un factor que arrastra el rubro de exportaciones del país, aparte de la desaceleración de China y las economías emergentes.

Según Alicia Bárcena, secretaria ejecutiva de la CEPAL, citada por González (2014) de diario El Tiempo, la economía colombiana tiene el reto de mejorar su competitividad e innovación, asimismo producir bienes procesados y mejorar la logística del país en torno a las necesidades de la industria.

En Ecuador se evidencia un crecimiento positivo de las exportaciones de bienes y servicios. En un informe realizado por el Banco Central del Ecuador (2015), se detallan los factores por los que la economía ecuatoriana presenta cifras positivas al cierre de 2014, siendo sectores no petroleros como construcción, manufactura, comercio, los que superan a las operaciones petroleras que tuvieron un desempeño negativo por las suspensiones programadas en la Refinería de Esmeraldas durante el cuarto trimestre de 2014 según explica el informe. Hay que destacar que las exportaciones de bienes y servicios son parte del crecimiento importante del último trimestre de 2014.

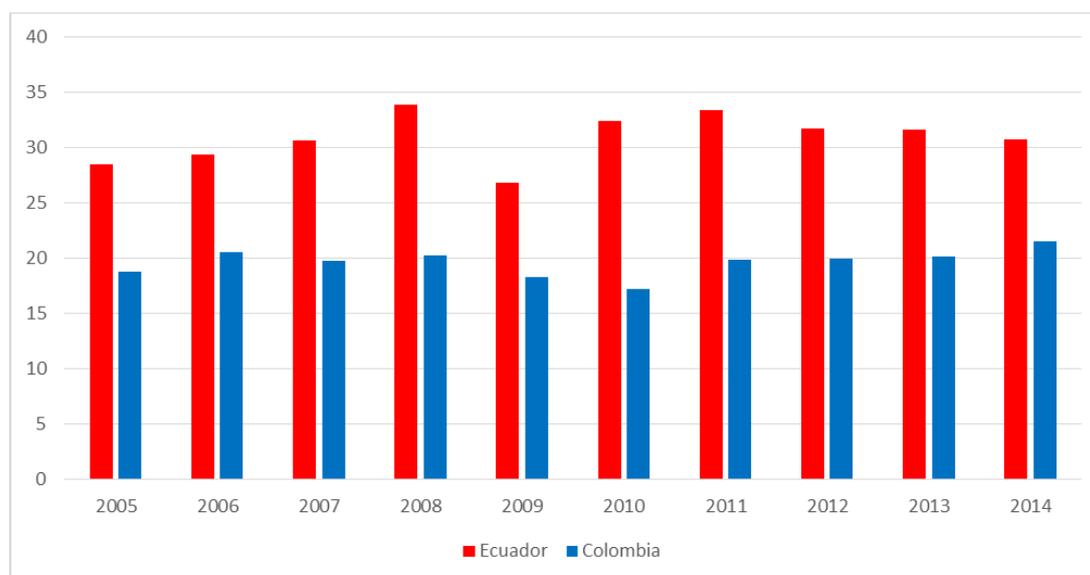
En este caso se evidencia que las exportaciones colombianas sufren una caída en parte por su falta de desarrollo en su industria local, pero también como lo explica la representante de la CEPAL, por el poco desarrollo en infraestructura en cuanto a las necesidades de la industria. Ecuador por otra parte, hasta el cierre de 2014 ha tenido un crecimiento aceptable del PIB y de las exportaciones de bienes y servicios, lo cual a falta de un acuerdo comercial,

no pareciera afectar el desempeño de sus cifras en ese año. Aun así es importante resaltar que las economías de estas dos naciones latinoamericanas tienen dependencia en la comercialización de materias primas.

### 2.1.2.3 IMPORTACIONES

Según el Banco Mundial (2015), las importaciones representan el valor de todos los bienes y servicios recibidos del resto del mundo. Para este indicador se incluyen los valores correspondientes a mercaderías, fletes, seguros, transportes, viajes, regalías, tarifas de licencia y servicios relativos a las comunicaciones, la construcción, los servicios financieros, los informativos, los empresariales, los personales y los del Gobierno. Se mide el total de importaciones respecto del total del PIB (% PIB), pero para ello es necesario mencionar que al año 2014, según datos del Banco Mundial, Ecuador cierra con USD 100,5 mil millones (PIB) y Colombia con USD 377,77 mil millones (PIB).

**Gráfico 6: Importaciones (%PIB)**



**Fuente:** Banco Mundial

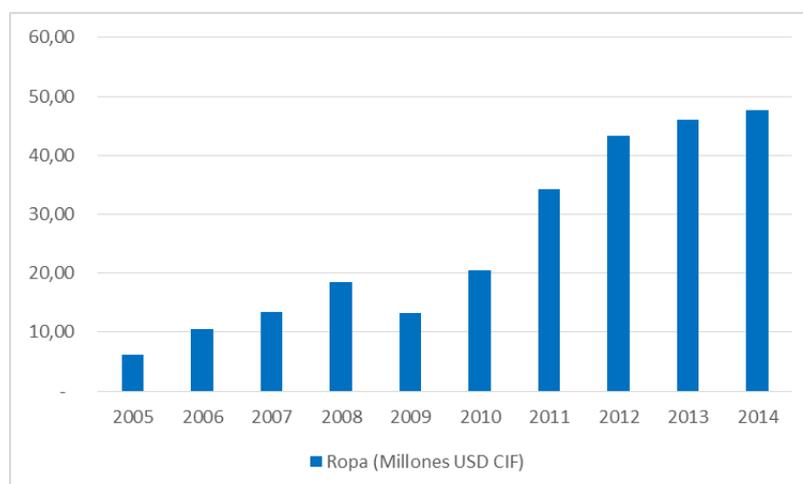
**Elaboración:** El Autor

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Al año 2014 tenemos que las importaciones para Ecuador representan el 30,7 % de su PIB (USD 30,85 mil millones aproximadamente) y para Colombia representan el 21,5% (USD 81,21 mil millones aproximadamente), en cuanto al crecimiento desde al año 2005 se puede observar que ha habido un crecimiento estable.

En Colombia como reporta Rojas (2015) del portal Portafolio.co, existe un déficit comercial en la balanza colombiana. A ello se agrega que hubo una contracción moderada en las importaciones producto de la desalación económica de la región siendo una consecuencia de esta un menor consumo por parte de los colombianos. Aun así, existen algunos productos que siguen siendo importantes dentro de las compras colombianas, pues tenemos que la ropa de exterior de hombre y mujer, según datos del Banco Central de Colombia, representan USD 47,65 millones (1%) de las importaciones de bienes de consumo (USD 5849 mil millones aproximadamente). A partir del año 2010 se muestra un incremento de 55% en las compras de ropa pasando de USD 13,26 millones en 2009 a USD 20,49 millones, desde allí ha habido aumentos importantes hasta poder casi estabilizarse en los años 2013 (con 6%) y 2014 (con 4%).

**Gráfico 7: Importaciones de ropa exterior de hombre y mujer Colombia  
(Millones USD CIF)**

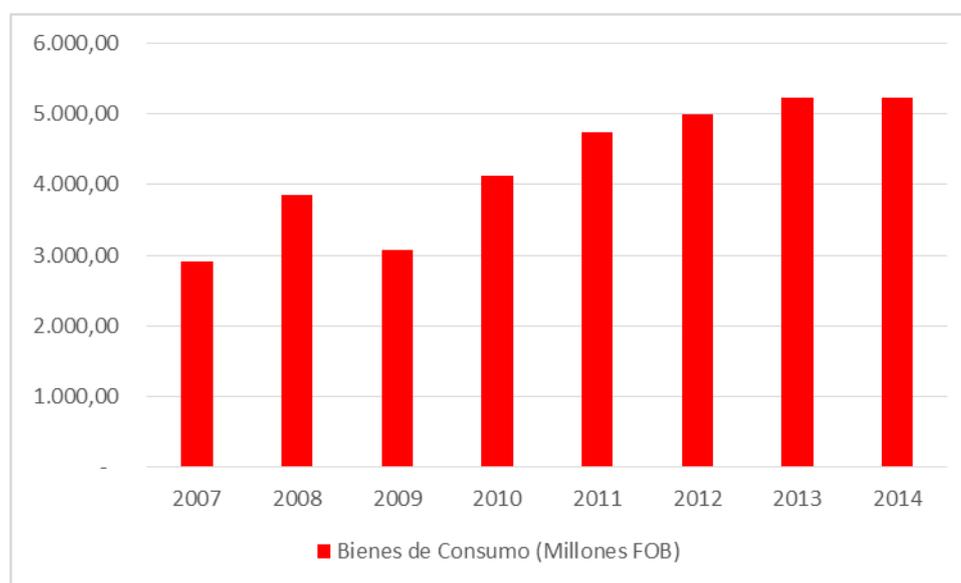


**Fuente:** Banco Central de Colombia

**Elaboración:** El Autor

Ecuador por otra parte reporta importaciones de bienes de consumo por USD 5232,30 millones de los cuales 0,021% representan al rubro de ropa deportiva (USD 1,09 millones). En cuanto al crecimiento de las importaciones se puede evidenciar una tendencia estable, con un crecimiento inferior al 1% para 2014. En marzo de 2010, según reporta diario El Universo (2015), el gobierno del Ecuador aplicó salvaguardias al 32% de las importaciones totales afectando a aproximadamente 2800 partidas arancelarias, de las cuales en su mayoría son bienes de consumo, por lo que la tendencia de incremento en importaciones de este tipo podría ser menor al cierre de 2015.

**Gráfico 8: Importaciones de bienes de consumo de Ecuador (Millones USD FOB)**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** El Autor

Como se puede observar, en Colombia hubo un aumento en cuanto a las compras de ropa durante los años en que se suscribe el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, tendencia que se podría replicar en Ecuador de existir un acuerdo similar. Hay que tomar en cuenta que las importaciones colombianas retoman una tendencia estable en los años 2013 y 2014 producto de una reducción en el consumo de sus habitantes. En cambio, en Ecuador la estabilización de las importaciones se debe a políticas de gobierno que regulan el ingreso de bienes de consumo. Lo cual nos da dos puntos de vista en cuanto a la política que manejan estas dos naciones en torno a su comercio exterior.

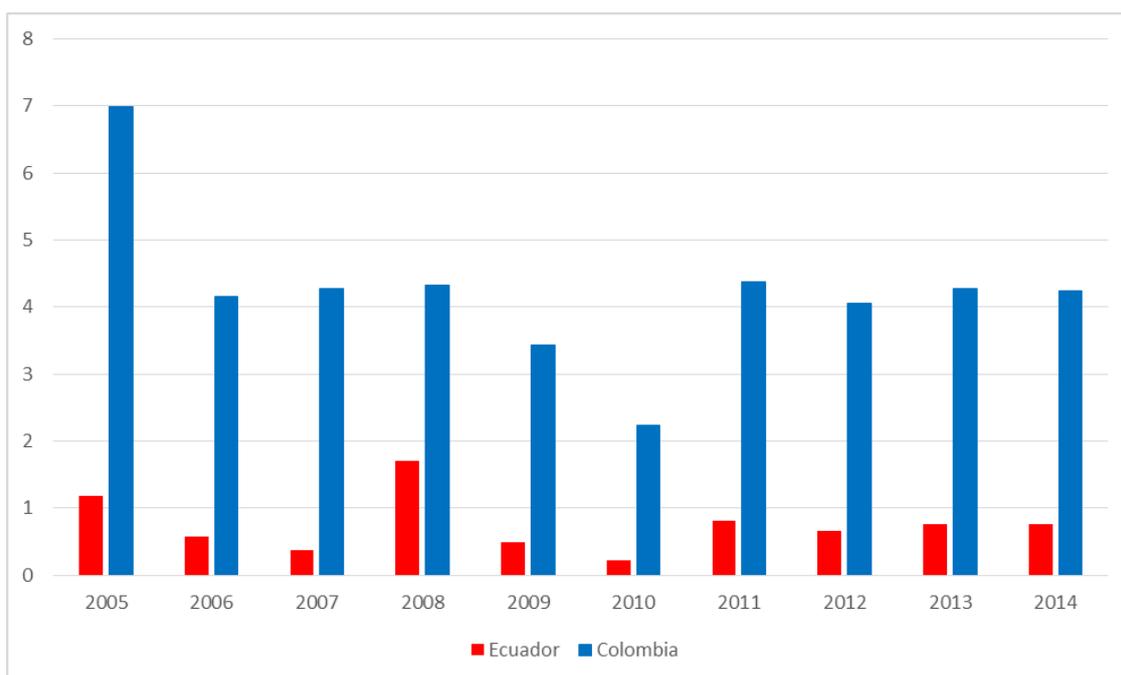
#### **2.1.2.4 INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA**

La inversión extranjera directa según explica el Banco Mundial (2015) está constituida por la entrada de inversiones con el fin de obtener un control neto duradero (es decir más del 10% de las acciones de compañías locales que favorezcan un voto dentro de ellas). En otras palabras constituye la suma del capital accionario, la reinversión de las ganancias, otras

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

formas de capital a largo y corto plazo, tal como se describe en la balanza de pagos. Este indicador esta medido en relación al PIB, es decir relaciona el total de la IED con el producto interno bruto de cada país.

**Gráfico 9: Inversión extranjera directa (%PIB)**



**Fuente:** Banco Mundial

**Elaboración:** El Autor

En cuanto a la IED de Colombia registra al año 2014 un 4,25% del PIB es decir USD 16,05 mil millones, con una tendencia similar en los periodos de 2011, 2012 y 2013. En cuanto al año 2005 se registra un pico alto en cuanto a este rubro se refiere con 6,99%. Esta situación fue denominada por el portal Portafolio.co (2006) como “el segundo mayor ingreso de IED en la historia del país.” (Portafolio.co, párr. 01). En parte esto se debe según informa el portal, a una compra significativa de la nacional Bavaria por SAB Miller de Reino Unido por USD 4715 millones. Aparte de ello recalca que las inversiones foráneas ha tenido una reactivación en cuanto a la confianza de los inversionistas en el país. En este año Reino Unido

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

ocupó el 37% de las inversiones, Estados Unidos 14% y México, España y Holanda conjuntamente el 19%, siendo estos los principales en cuanto a la IED se refiere. En términos de continuidad de la inversión, Estados Unidos es el principal emisor hacia Colombia. Según un vocero de Proexport Colombia citado por Portafolio.co factores como la Ley de Estabilidad Jurídica, el TLC, el hallazgo de reservas de hidrocarburos, y las campañas de promoción del país, son los atractivos de los inversionistas extranjeros.

Por otra parte tomando los datos del Banco Mundial, el Ecuador al cierre de 2014 registra una IED de USD 773,101 millones es decir el 0,77% del PIB, habiendo un incremento de este rubro del 6% (USD 732,02 millones en 2013). Según un reporte diario El Telégrafo (2015) este incremento se debe a la inversión en recursos naturales siendo alrededor de dos tercios de la IED.

También sectores como el de servicios y manufactura mantienen una importante presencia en este rubro. Uno de los factores que resaltan respecto a la inversión extranjera es en el sector de alimento y bebidas, puesto que se suscitó la compra del Holding Tonicorp por parte de la mexicana ARCA Continental y Coca-Cola. Éste fue un acuerdo valorado en USD 400 millones. Aparte de ello según el reporte, Coca-Cola se comprometió a invertir USD 1000 millones, mientras que ARCA Continental concretará la creación de una planta con un valor de USD 80 millones.

Aparte de ello en el ámbito financiero se suscitó una transacción en la que Promerica Financial Corporation de Panamá compró el 56% de las acciones del Banco de la Producción, uno de los más grandes del Ecuador, por un valor de USD 130 millones.

En cuanto a la composición de las inversiones, tomando datos del Banco Central del Ecuador, Canadá ocupa el primer puesto con el 30% de la IED en Ecuador, seguido de China, Holanda y Uruguay, países que cuentan con el 28%.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

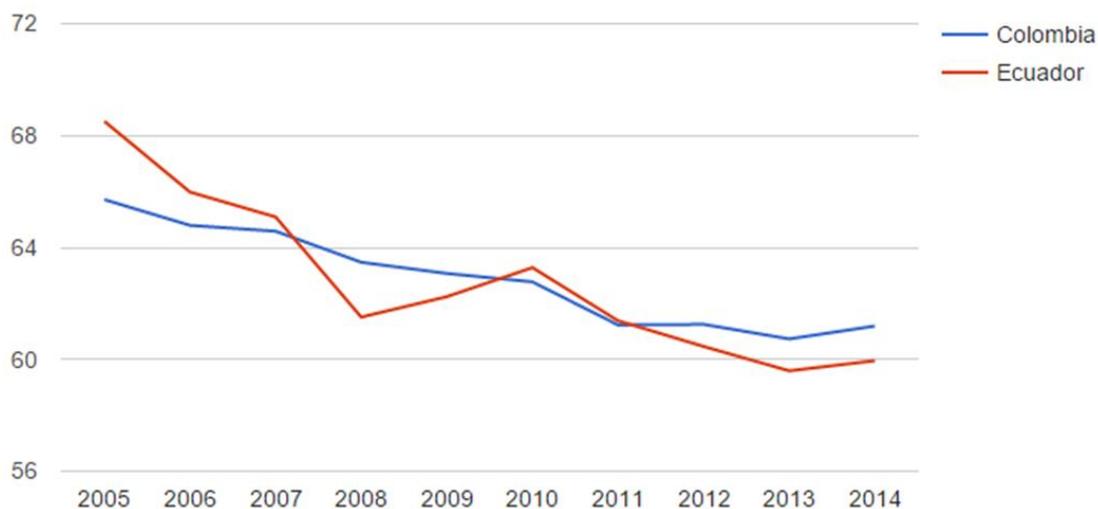
Como se puede ver, la Inversión Extranjera Directa en las dos naciones se concentra en el sector de los recursos naturales. Colombia se perfila como un país atractivo para las inversiones foráneas, lo cual se justifica con la confianza que tienen los inversionistas debido a las medidas que toma el gobierno colombiano. El Ecuador por otra parte mantiene una inversión relativamente baja en comparación a su vecino. Como se puede evidenciar, gran parte de la inversión consiste en la compra parcial o total de las industrias ya existentes. Según el portal PROFITAS (2015), los recursos limitados provenientes del extranjero se deben principalmente a la falta de seguridad jurídica, la constante variación de las normativas, las medidas arancelarias y contratos en sectores estratégicos poco atractivos para un inversor.

### **2.1.3 ENTORNO SOCIAL**

#### **2.1.3.1 GASTO FINAL DE CONSUMO DE HOGARES**

Tomado del Banco Mundial, el gasto de consumo de hogares se define como “el valor de mercado de todos los bienes y servicios que son adquiridos por los hogares; también se incluyen la renta por las viviendas, los montos y aranceles pagados para obtener permisos y licencias y los gastos de las instituciones sin fines de lucro que prestan servicios a los hogares. Se excluyen las compras de viviendas. Este indicador se expresa en relación al PIB (% PIB).

**Gráfico 10: Gasto final de consumo de hogares (%PIB)**



**Fuente:** Banco Mundial

**Elaboración:** TheGlobalEconomy.com

Para el año 2014 el gasto de consumo de hogares en el Ecuador representó el 59,95% del PIB, aunque desde al año 2010 hubo una reducción de casi 4%. A través de un análisis realizado por la empresa Location World a partir de datos del INEC, citado por la revista Ekos (2014), se determina un gasto mensual por hogar urbano a nivel nacional de USD 734,19.

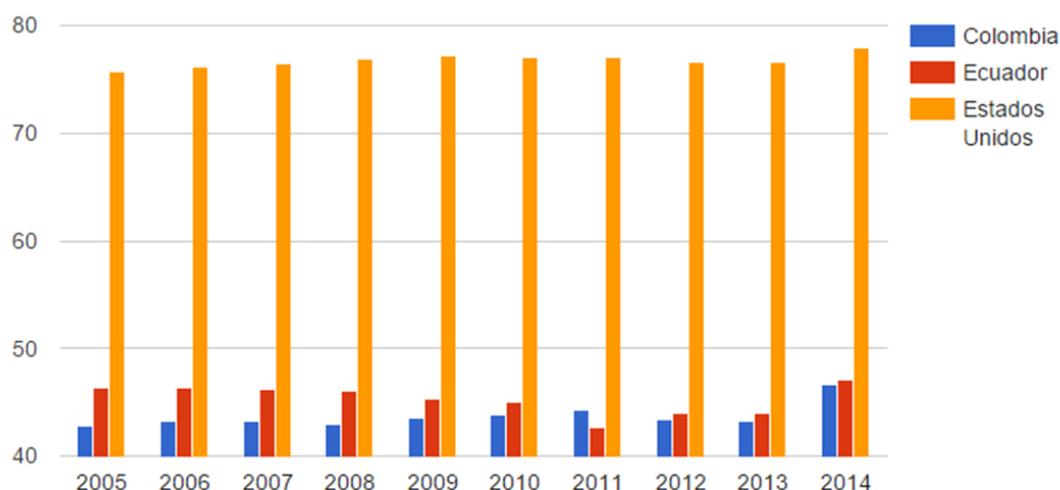
Los gastos más representativos corresponden a los alimentos y bebidas (no alcohólicas), transporte, bienes y servicios diversos, y servicios financieros sumando el 47%. Con respecto a la forma de adquisición de los productos, se determina en el estudio que el 80% de los productos son pagados al contado, 9% corresponden a regalos, 4% a crédito, 4% en salarios en especies, 2% en tarjeta de crédito y 2% a través de autoconsumo.

En cuanto a Colombia, el consumo de los hogares en 2014 representa el 61,19% (60,73% en el 2013). Respecto a la tendencia, se ha venido reduciendo desde el año 2005. Según un informe de diario el Tiempo (2014): “el país está rezagado a la hora hacer rendir el dinero, es decir, cuánto les alcanza a las personas lo que ganan cada mes.” (El Tiempo, párr. 01).

### 2.1.3.2 GLOBALIZACION SOCIAL

El índice de globalización es un indicador que mide aspectos como la conectividad, integración e interdependencia de los países. Toma en cuenta factores culturales, ecológicos, económicos, políticos, sociales y tecnológicos. Este indicador tiene una escala de 0 a 100 puntos, tomando en cuenta que 0 es el menos globalizado o desarrollado y 100 es más globalizado.

**Gráfico 11: Índice de globalización social (0-100)**



**Fuente:** Instituto Suizo de Tecnología de Zúrich

**Elaboración:** TheGlobalEconomy.com

Para 2014, Ecuador tiene un puntaje de 47,02 mientras que Colombia cuenta con 46,62 puntos. Estados Unidos por otro lado mantiene un puntaje de 77,96. En cuanto a las diferencias se puede decir que Ecuador y Colombia son naciones menos globalizadas que los Estados Unidos, es decir, su sociedad tiene menor desarrollo en los aspectos que toma este indicador. Colombia por un lado al contar con un acuerdo comercial con los Estados Unidos,

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

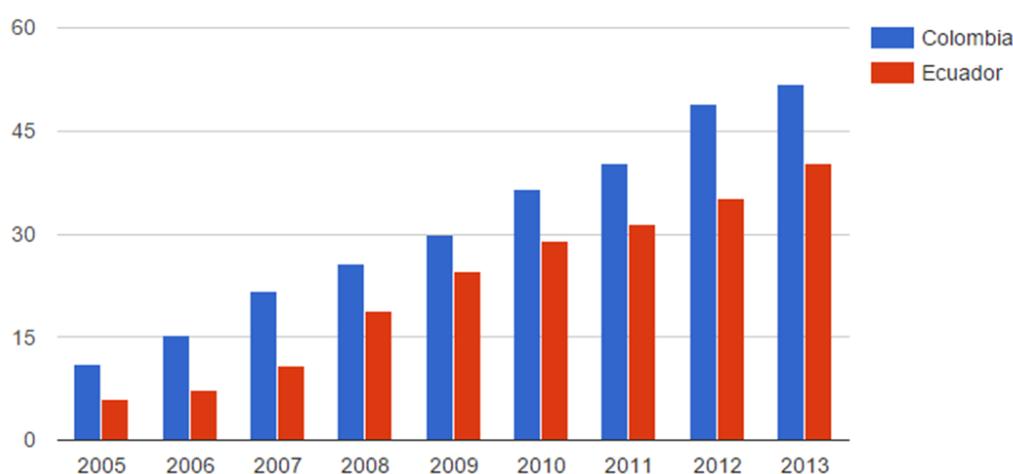
mantiene una tendencia estable, lo que a juzgar por el indicador, sugiere que este no incidió en un mayor desarrollo, puesto que su tendencia es similar a la de Ecuador.

## 2.1.4 ENTORNO TECNOLÓGICO

### 2.1.4.1 USUARIOS DE INTERNET

Los usuarios de internet, según el Banco Mundial, representan al porcentaje de la población con acceso a la red mundial (% Población). Este indicador es de importancia para este estudio puesto que algunas organizaciones comerciales lo utilizan para impresionar a los visitantes con conocimiento experto e información libre, así como otras ventajas, según explica Loren (2012) en su publicación sobre la importancia del internet en la sociedad actual.

**Gráfico 12: Usuarios de internet (% Población)**



**Fuente:** Banco Mundial

**Elaboración:** TheGlobalEconomy.com

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Para el 2013 Ecuador cuenta con el 40,35% de su población con acceso a internet, mientras que Colombia cuenta con el 51,7%. Desde el año 2005 se puede evidenciar un incremento en cuanto a este indicador se refiere. Así lo explica el portal de la Agencia Publica de Noticias de Ecuador y Suramérica (ANDES):

Este crecimiento se debe principalmente al incremento del porcentaje de hogares con acceso a internet, así como a las políticas públicas del gobierno en proveer de internet a lugares públicos como instituciones educativas estatales, Infocentros, etcétera, dentro de su prioridad de democratizar y universalizar el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). (ANDES, párr. 05)

## 2.2 RESULTADOS DEL ANÁLISIS

Para este análisis se toma en cuenta el entorno real del Ecuador al año 2014 tomando en cuenta los indicadores presentados, para lo cual se realizó una ponderación de 1 a 5. Siendo que 1 es la más baja y 5 la más alta. También se realizó una simulación basada en un entorno ideal, en el que se ha tomado como referencia a Colombia, país que cuenta un acuerdo comercial suscrito con los Estados Unidos.

**Tabla 7: Resultados del entorno actual de Ecuador**

Entorno	Calificación	Indicador 2012	Indicador Actual
Político			
Índice de fortaleza de los derechos legales	1	2,00	1,82
Cargas por el uso de propiedad intelectual	2	90,47	125,98
Índice de estabilidad política	5	-0,60	-0,2
Económico			
Crecimiento del PIB	2	5,22	3,80%
Exportaciones de bienes y servicios	5	4,70	6,16%
Importaciones	2	31,71	30,70%
Inversión extranjera directa	1	0,67	0,77%
Social			
Gasto final de consumo de los hogares	2	60,46	59,95%
Globalización social	4	43,97	47,02
Tecnológico			
Usuarios de internet	3	35,14	40,35%

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

En el entorno general del Ecuador se puede observar que la situación política se mantiene estable, pero en materia empresarial, no obtiene una buena calificación debido a la poca estabilidad en las normativas que rigen para el funcionamiento normal de una empresa y a la propiedad intelectual.

En lo económico, a 2014, el Ecuador presenta crecimiento en su PIB y exportaciones. A pesar de ello mantiene una relación mucho más grande en cuanto a sus importaciones se refiere puesto que tiene una diferencia de 32 puntos porcentuales, es decir importa mucho más de lo que exporta. Aparte de ello se suma una baja inversión extranjera directa (IED), lo cual puede derivarse del clima político, las normativas cambiantes y a la falta de confianza de los inversionistas foráneos en invertir en el Ecuador.

En el tema social, se pudo evidenciar que el gasto por consumo en los hogares se encuentra casi al mismo nivel que el colombiano, lo cual puede sugerir que la población no aprovecha bien los recursos para poder suplir sus necesidades, mismo argumento que se aplica en la referencia del diario colombiano. La globalización social por otra parte, mantiene una calificación de casi 50 puntos, por lo que puede sugerir un desarrollo moderado en términos de este indicador.

Ecuador saca como calificación general 2,7 de 5 puntos en este análisis tomando en cuenta las ponderaciones utilizadas.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

**Tabla 8: Calificación general**

	<b>Promedio</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>
<b>Político</b>	2,67	1,50	0,80
<b>Económico</b>	2,50	1,75	0,88
<b>Social</b>	3,00	1,50	0,90
<b>Tecnológico</b>	3,00	0,25	0,15
<b>Promedio Total</b>	<b>2,8</b>	<b>5,00</b>	<b>2,7</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

El entorno deseado toma los indicadores con las calificaciones del entorno de Colombia y de Ecuador conjuntamente, tomando en cuenta la mejor situación de ambos países.

**Tabla 9: Entorno con acuerdo comercial con Estados Unidos**

<b>Entorno Esperado</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
Político		
Índice de fortaleza de los derechos legales	5	12
Cargas por el uso de propiedad intelectual	5	560,55
Índice de estabilidad política	5	-0,2
Económico		
Crecimiento del PIB	2	4,55%
Exportaciones de Bienes y servicios	5	6,16%
Importaciones	3,5	21,50%
Inversión extranjera directa	4	4,25%
Social		
Gasto final de consumo de los hogares	3	61,19%
Globalización social	4	47,02
Tecnológico		
Usuarios de internet	4	51,70%

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

En el entorno político, como se puede observar, se toman los datos de Colombia debido a sus leyes y normativas, puesto que como se observó, ese país está enfocado en facilitar el desenvolvimiento de sus negocios. En cambio, la estabilidad política se mantiene en cifras de Ecuador puesto que es un punto fuerte de este país.

En lo económico se puede observar que la tendencia de exportar menos de lo que se importa es similar, sin embargo, Colombia tiene una relación menor en esta tendencia. En cuanto a la inversión extranjera directa, se toma como un indicador ideal al de Colombia puesto que por sus políticas y por el acuerdo comercial mismo, es una nación atrayente de capital extranjero. En el entorno social, se puede observar una tendencia similar.

En conclusión, este entorno ideal en algunos aspectos no varía demasiado a pesar de que se contaría con un acuerdo comercial. Su influencia se refleja en la apertura a nuevos inversionistas y a empresas foráneas que desean hacer negocios dentro del país. La relación entre importaciones y exportaciones claramente se reduce pero aún se puede observar un déficit comercial. Aparte de ello, aún existe dependencia en la venta de recursos naturales, y la industria local necesitaría desarrollo para poder atender a un mercado más amplio como es el norteamericano. La calificación general es de 4 puntos sobre el total (5puntos).

**Tabla 10: Calificación general**

	<b>Promedio</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>
<b>Político</b>	5,00	1,50	1,50
<b>Económico</b>	3,63	1,75	1,27
<b>Social</b>	3,50	1,50	1,05
<b>Tecnológico</b>	4,00	0,25	0,20
<b>Promedio Total</b>	<b>4,0</b>	<b>5,00</b>	<b>4,0</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

### **3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

#### **3.1 ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

En base a la muestra de la población de la parroquia de Carcelén en la ciudad de Quito y a los establecimientos que comercializan ropa deportiva en este sector se realizaron las siguientes acciones:

- 88 encuestas de acuerdo al cálculo de la muestra. (Ver punto 2.4.1 de la Fase 1)
- 21 encuestas a locales comerciales que venden ropa deportiva.
- 1 entrevista a un experto en el mercado de ropa deportiva.

La encuesta a consumidores (ver el ANEXO #1) del sector de Carcelén, pretende encontrar las características del comprador de ropa deportiva. En primer lugar se tratará de sesgar al consumidor de ropa deportiva para posteriormente conocer la procedencia de la mercancía que obtiene y por ende obtener información de los hábitos de consumo tomando en cuenta aspectos o características que toma en cuenta acerca de la ropa que adquiere, la frecuencia de compra, así como el aproximado anual de los gastos en esta mercancía en dólares durante el 2014.

Por último, pretende evidenciar la tendencia de compra que generaría la firma de un tratado comercial con los Estados Unidos, consultando la aceptación del mismo. Como un agregado importante se intenta saber sobre el conocimiento de la producción local de este bien de consumo y la opinión abierta tanto de la mercancía nacional como la estadounidense.

La encuesta realizada a los comerciantes (Ver el ANEXO #2) de la misma zona, tiene una estructura similar a la del consumidor, en la primera parte pretende separar a los comerciantes de ropa deportiva, el tipo de mercancía que venden y la procedencia, haciendo énfasis en la ropa norteamericana en donde se consulta acerca de los ingresos por venta de esa

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

mercadería, la aceptación de adquirir estos productos de existir un acuerdo comercial con los Estados Unidos y finalmente, investigar la opinión sobre la mercancía local y norteamericana.

En el modelo de entrevista (Ver ANEXO #3), se preguntará a un productor de ropa deportiva de la ciudad de Quito aspectos básicos del giro del negocio así como del mercado en que se desenvuelve. Tomando en cuenta su opinión, cuál sería la situación de realizarse un tratado de libre comercio con los Estados Unidos, con el fin de recabar y ayudar en el procesamiento de la información que se analizará posteriormente.

### **3.2 RECOLECCIÓN DE DATOS**

Este tipo de técnica permitió recolectar información obtenida de textos impresos y documentos escritos en internet, para poder elaborar los referentes teóricos de la investigación.

La utilidad metodológica de este estudio se observa en el logro de los objetivos de la investigación, con la aplicación de técnicas e instrumentos que permitieron describir las condiciones de la compañía. Los resultados de la investigación, se apoyan en la aplicación de los métodos empleados en el estudio y su procesamiento.

### **3.3 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

- Se realizaron operaciones de clasificación, registro y tabulación de los datos que se obtuvieron. Se utilizó la entrevista y encuestas para recopilar la mayor cantidad de información para identificar datos, variables, variaciones porcentuales, y tendencias.
- Se agruparon y resumieron los datos obtenidos durante la investigación, se los procesó con la finalidad de generar resultados (datos agrupados y ordenados), que permitan evaluar el cumplimiento de objetivos e hipótesis propuestas.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

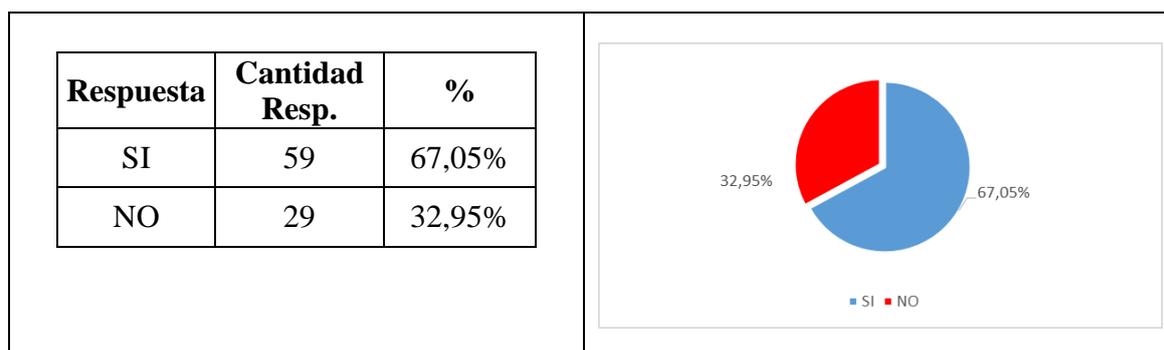
- Consecuentemente se ordenaron los datos para obtener tablas o gráficos, comparar resultados, relacionar variables y describir tendencias.

### 3.3.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA A CONSUMIDORES

A continuación se establecen los resultados de 88 encuestas realizadas dentro de Carcelén al norte de la ciudad de Quito.

#### 3.3.1.1 PREGUNTA # 1 (¿Es usted consumidor, o compra ropa deportiva?)

**Cuadro 1: Respuestas de la pregunta #1**

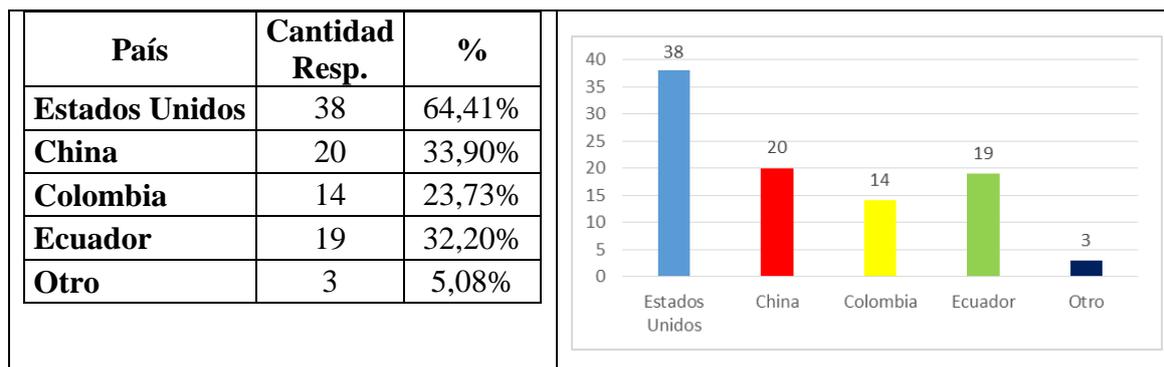


**Elaboración:** El Autor

La pregunta número pretende descubrir, dentro de la muestra planteada en Carcelén en la ciudad de Quito, cuántas personas efectivamente son consumidores de ropa deportiva. De los datos presentados se puede observar que el 67,06% (59 respuestas positivas) de la población consultada efectivamente compran ropa deportiva, mientras que el 32,95% (29 respuestas negativas) manifestaron no ser partícipes en la adquisición de este producto.

**3.3.1.2 PREGUNTA #2 (¿Conoce la procedencia de la ropa deportiva que usted usualmente compra?)**

**Cuadro 2: Respuestas de la pregunta #2**

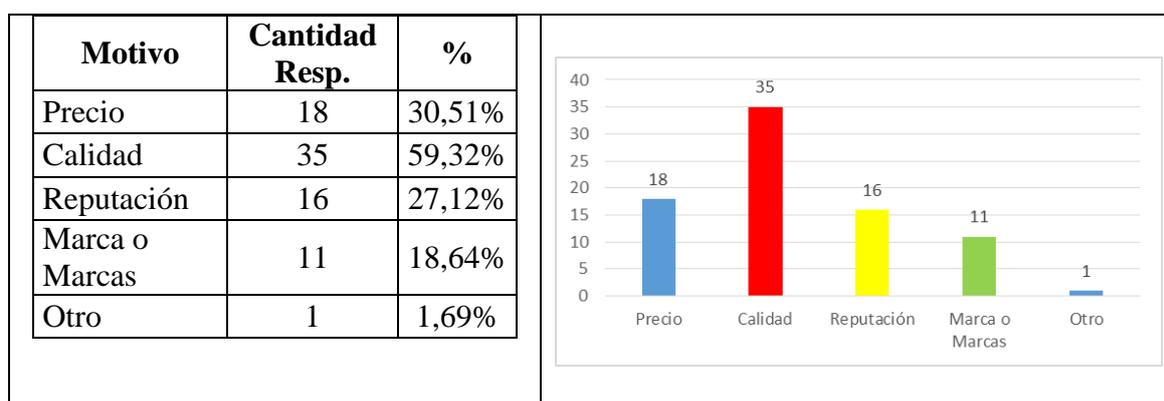


**Elaboración:** El Autor

En cuanto a la procedencia de la ropa deportiva que adquieren los individuos de esta muestra consultada, el 64,41% (de 59 personas) afirman que la ropa que ellos compran proviene de los Estados Unidos de América, China con un 33,90%, Ecuador con 32,20% y Colombia con 23,73%. Hay que tomar en cuenta que al momento de realizar la consulta, se permitió elegir más de una opción, siendo así, que la concentración más alta de compras de este producto se encuentra en la ropa deportiva proveniente de Estados Unidos y China.

**3.3.1.3 PREGUNTA #3 (¿Cuál podría ser el motivo por el cual usted prefiere la ropa deportiva proveniente de Estados Unidos?)**

**Cuadro 3: Respuestas de la pregunta #3**

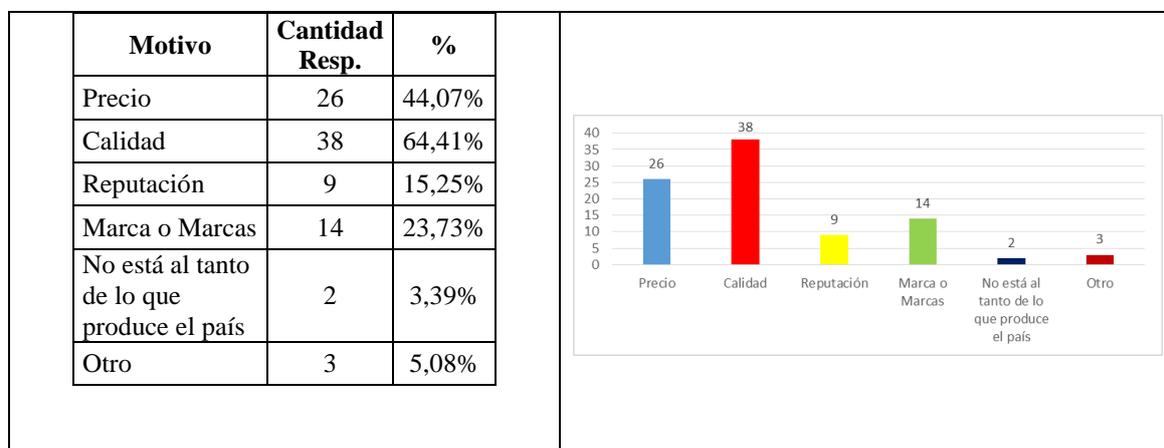


**Elaboración:** El Autor

En cuanto a las preferencias de compra de ropa deportiva proveniente de Estados Unidos, la muestra consultada se motiva a adquirir ropa deportiva proveniente de este país por la calidad (representando el 59,32%), el precio (30,51%) y la reputación (27,12%).

**3.3.1.4 PREGUNTA #4 (¿Cuál es el motivo por el que compra ropa deportiva de un país extranjero?)**

**Cuadro 4: Respuestas de la pregunta #4**



**Elaboración:** El Autor

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

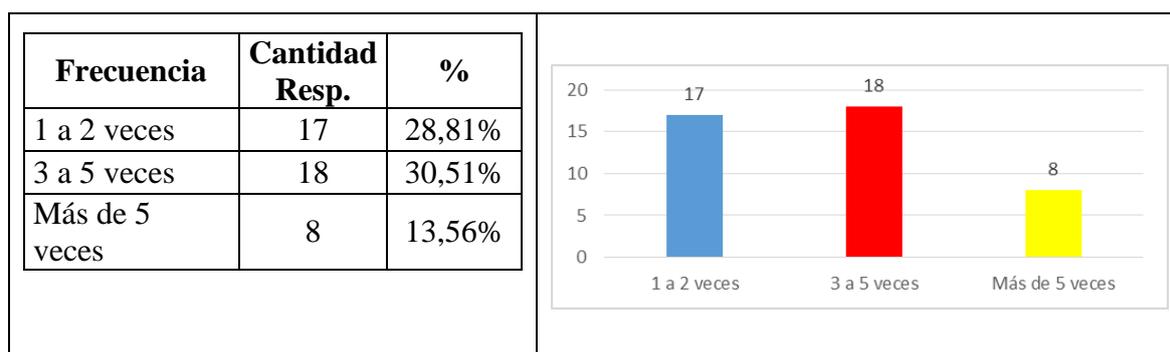
En cuanto a las preferencias de adquirir ropa deportiva en un país extranjero, que no necesariamente sea Estados Unidos, se observó que un 64,41% (de 59 personas) se motivan a comprar ropa deportiva por la calidad, el 44,07% por el precio y el 23,73% por la marca o marcas.

### 3.3.1.5 PREGUNTA #5 (¿Qué tipo de mercancía compra y con qué frecuencia al año?)

Esta interrogante plantea establecer una frecuencia anual de compra de ropa deportiva. Se han seleccionado 6 ítems o productos de importancia dentro de este mercado, entre los cuales tenemos camisetas, chompas, pantalones, pantalones cortos, conjuntos (calentadores enteros) y zapatos. A continuación se presenta un detalle de la frecuencia anual de compra de cada producto, según la consulta a la muestra planteada para la población de Carcelén.

#### 3.3.1.5.1 CAMISETAS

**Cuadro 5: Respuestas de la pregunta #5**



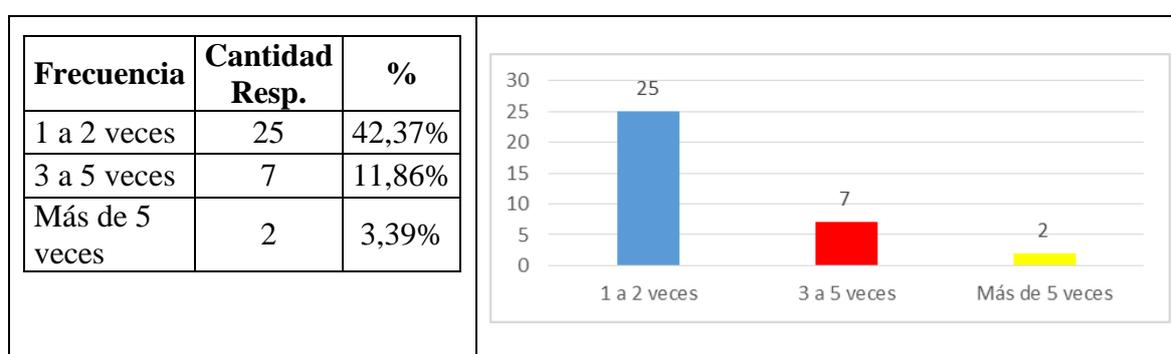
**Elaboración:** El Autor

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Los datos presentados muestran que en su mayoría los consumidores de ropa deportiva, adquieren camisetas entre 3 a 5 veces al año (30,51%), así como otra gran parte adquieren entre 1 a 2 veces al año (28,81%). Es decir, el consumo de camisetas en aproximadamente un 60% se realizaría entre 1 vez a máximo 5 veces en lo que va del año.

### 3.3.1.5.2 CHOMPAS

**Cuadro 6: Respuestas de la pregunta #5**

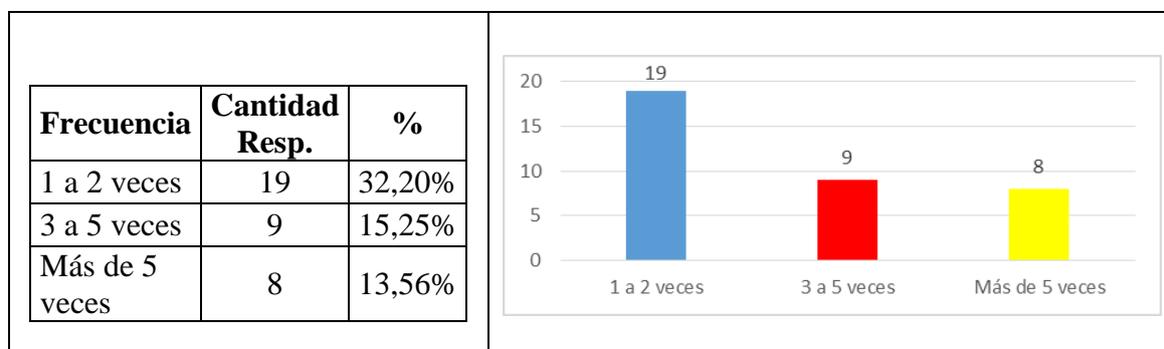


**Elaboración:** El Autor

En cuanto a las chompas, la muestra consultada manifiesta adquirir chompas de 1 a 2 veces por año (42,37%).

### 3.3.1.5.3 PANTALONES

**Cuadro 7: Respuestas de la pregunta #5**

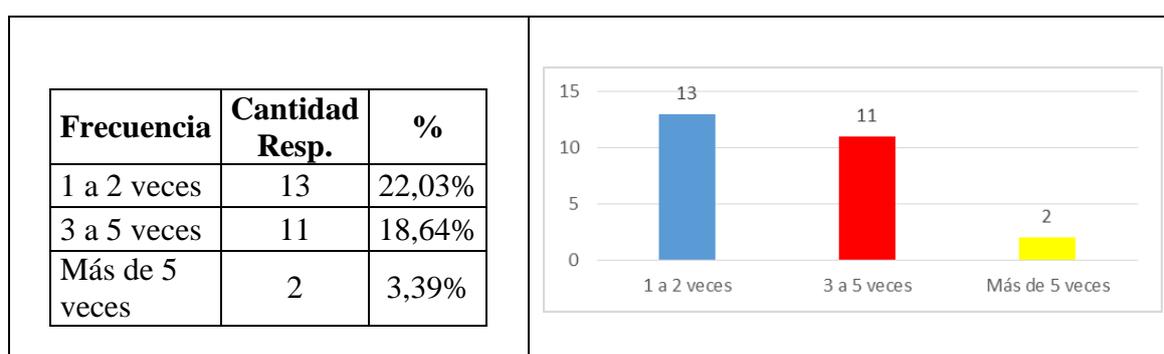


**Elaboración:** El Autor

Los pantalones, al de igual que las chompas, son adquiridos por los consumidores de 1 a 2 veces al año representando el 32,20% de la muestra consultada que efectivamente compran ropa deportiva.

### 3.3.1.5.4 PANTALONES CORTOS

**Cuadro 8: Respuestas de la pregunta #5**

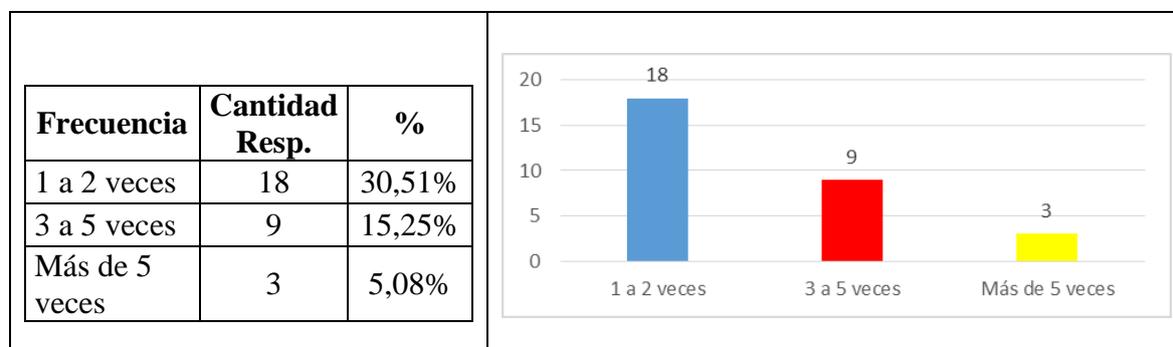


**Elaboración:** El Autor

La compra de pantalones cortos tiene una tendencia de consumo entre 1 a 5 veces por año siendo que la mayoría de la población consultada, adquiere este producto entre 1 a 2 veces por año representando el 22,03%.

### 3.3.1.5.5 CONJUNTOS

**Cuadro 9: Respuestas de la pregunta #5**

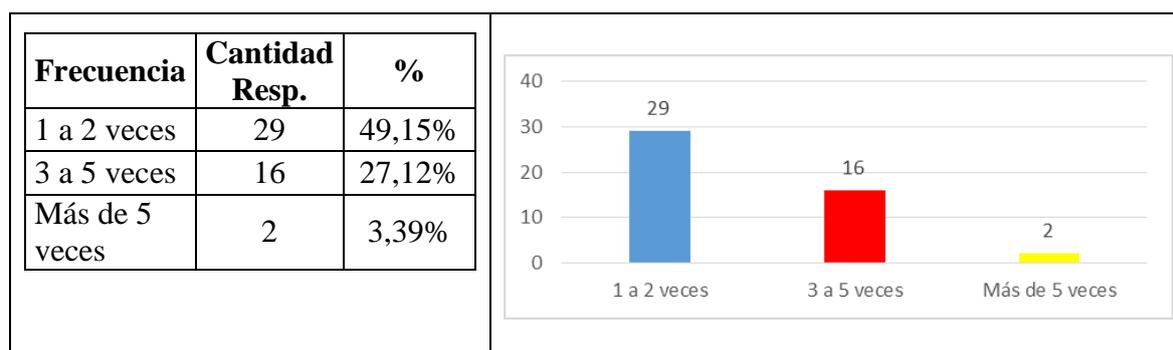


**Elaboración:** El Autor

En cuanto a conjuntos, se refiere al juego de calentador completo (chompa o saco y pantalón), la mayoría de la muestra consultada compra entre 1 a 2 veces por año. Dentro del estudio realizado, las personas encuestadas manifestaron que adquirirían estos productos en la época de inicio de las actividades escolares en los meses de agosto y septiembre.

### 3.3.1.5.6 ZAPATOS

**Cuadro 10: Respuestas de la pregunta #5**



**Elaboración:** El Autor

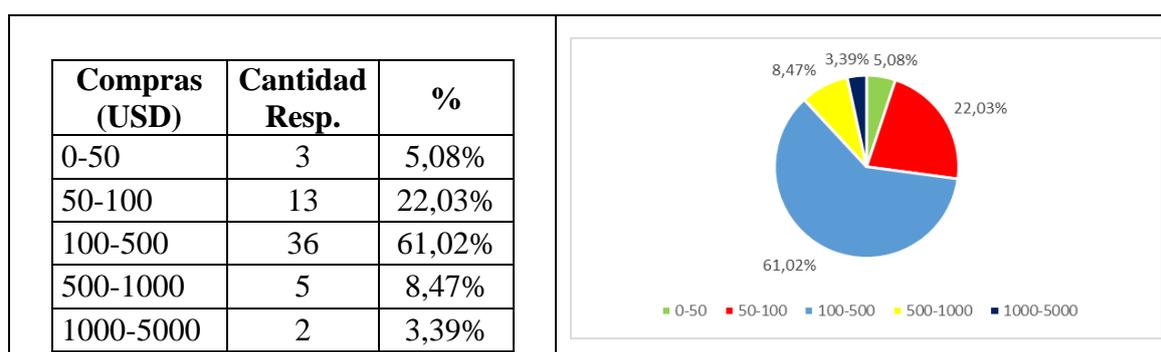
Los zapatos, según los datos recogidos, se compran entre 1 a 2 veces al año representando al 49,15% de las personas que afirman comprar ropa deportiva. Al igual que los

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

conjuntos deportivos, los consultados manifestaron adquirir este producto en el inicio de las actividades escolares.

**3.3.1.6 PREGUNTA #6 (¿Cuál es el aproximado anual de sus compras en el año 2014 (USD) de ropa deportiva?)**

**Cuadro 11: Respuestas de la pregunta #6**



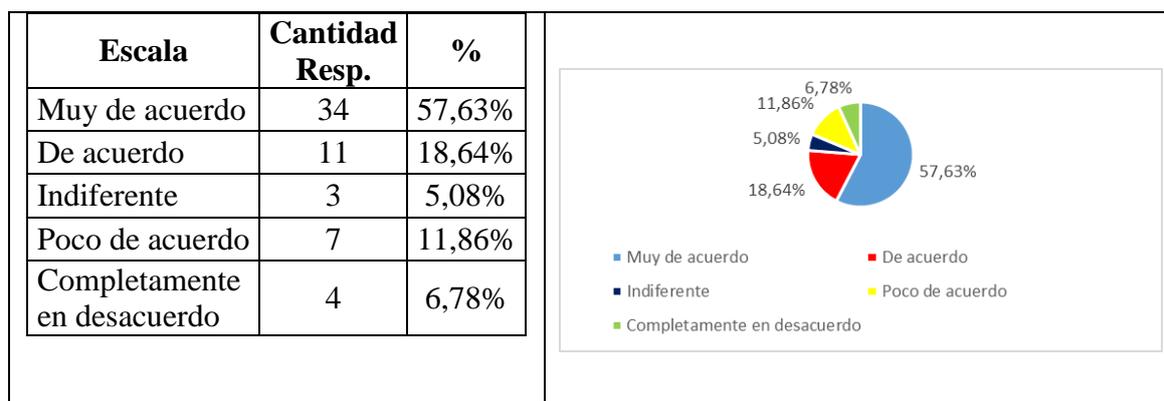
**Elaboración:** El Autor

En este literal, se puede observar que de 59 personas que afirman comprar ropa deportiva, el 61,02 % gastaron en el año 2014 aproximadamente un valor entre los USD 100 a USD 500. Otro rubro importante de gastos se encuentra entre los USD 50 a USD 100, por lo que se puede inferir a breves rasgos que en su mayoría la población consultada en Carcelén gasta no menos de USD 50 y no más de USD 500.

**3.3.1.7 PREGUNTA #7 (Si existiera un tratado de libre comercio con los Estados Unidos de Norteamérica, y por efecto de reducción de aranceles, por tanto libre ingreso de ropa deportiva como producto de consumo, hubiera una reducción del 35% del precio por importar el producto. ¿Estaría dispuesto a comprar ropa deportiva proveniente de los Estados Unidos?)**

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

**Cuadro 12: Respuestas de la pregunta #7**

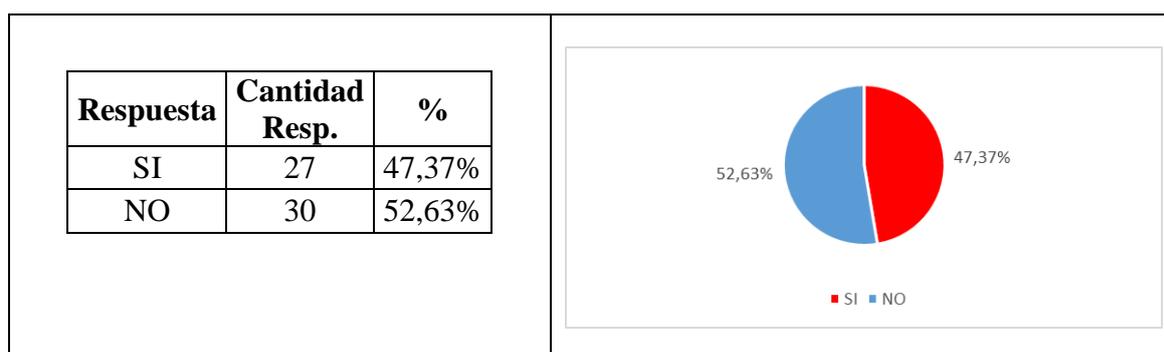


**Elaboración:** El Autor

El 76,27% de las respuestas en este literal afirman estar “muy de acuerdo” y “de acuerdo” con comprar ropa deportiva proveniente de los Estados Unidos, reafirmando uno de los motivos principales (precio) por los cuales compran ropa deportiva de ese país

**3.3.1.8 PREGUNTA #8 (¿Conoce usted marcas de ropa deportiva producidas en Ecuador?)**

**Cuadro 13: Respuestas de la pregunta #8**



**Elaboración:** El Autor

En cuanto al conocimiento de las marcas producidas dentro de Ecuador, se puede observar una tendencia un tanto dividida, pero dando ventaja al desconocimiento de marcas de ropa deportiva producidas localmente con un 52,63%

### **3.3.1.9 PREGUNTA #9 (¿Qué opina sobre la ropa deportiva ecuatoriana?)**

Tomando en cuenta las opiniones personales de los encuestados, se pueden recoger como puntos importantes acerca de la ropa deportiva ecuatoriana los siguientes:

- Es de buena calidad.
- El precio es alto.
- Debería tener mejoras en su diseño
- Hay desconocimiento en cuanto a las marcas locales.
- Se mencionan marcas como Marathon, Astro y Konga, que tienen una muy buena aceptación, siendo estas las más conocidas.
- “Ha mejorado sus estándares, pero requiere ser más competitivo en calidad cantidad y precio.”

### **3.3.1.10 PREGUNTA #10 (¿Qué opina sobre la ropa deportiva de Estados Unidos?)**

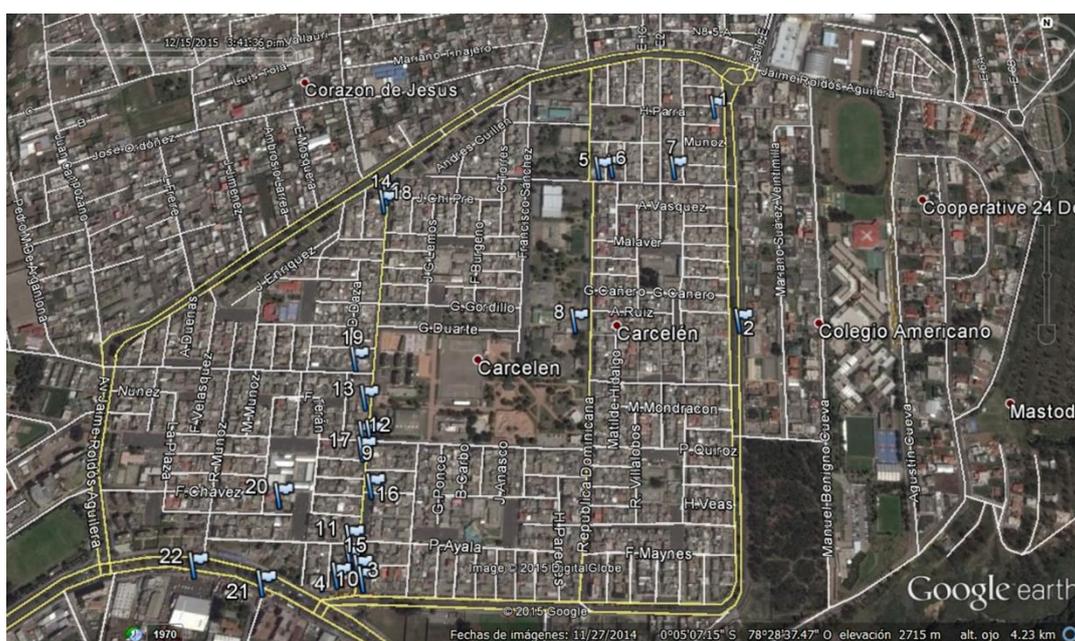
Las opiniones acerca de la ropa deportiva de Estados Unidos reflejan a juicio personal de la muestra consultada, lo siguiente:

- Es ropa de buena calidad.
- La tecnología en cuanto a cómo o con qué están fabricadas es excelente.
- Las marcas son conocidas a nivel mundial.
- Los diseños y la estética en general de la ropa deportiva norteamericana son atractivos.
- En cuanto al precio manifiestan es manejable y los que tienen posibilidades de viajar a Estados Unidos encuentran conveniente comprar, especialmente en los cambios de temporada estacional de ese país.

### 3.3.2 RESULTADO DE LA ENCUESTA A COMERCIANTES

A continuación se presentan los resultados de 21 encuestas, realizadas dentro de Carcelén al norte de la ciudad de Quito. Tales encuestas se aplicaron a establecimientos identificados con su clasificación de actividad económica (CIU) según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2012) (INEC), los cuales se encuentran en la categoría G47: “Comercio al por menor, excepto vehículos automotores y motocicletas” (p. 21), y sus derivados que se explicaron previamente en este estudio.

**Mapa 1: Distribución de establecimientos que comercializan ropa en Carcelén**

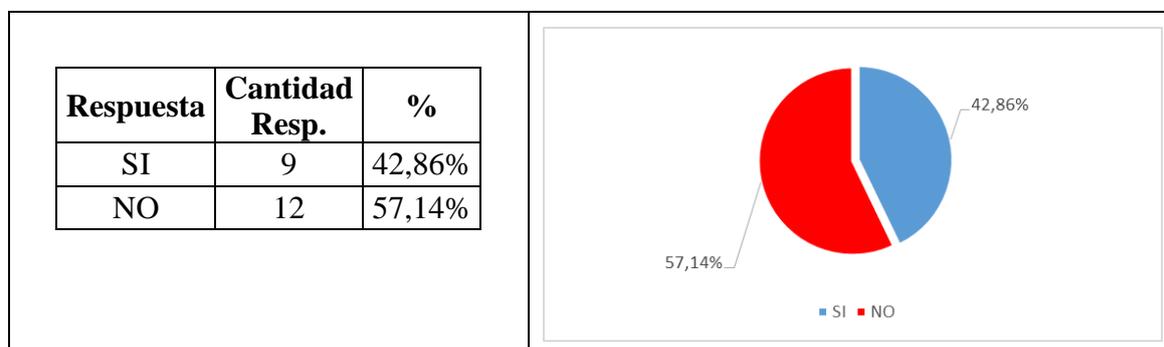


**Fuente:** Proyecto de investigación de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Internacional SEK

**Elaboración:** Google Earth

### 3.3.2.1 Pregunta #1 (¿Su establecimiento vende ropa deportiva?)

**Cuadro 14: Respuestas de la pregunta #1**

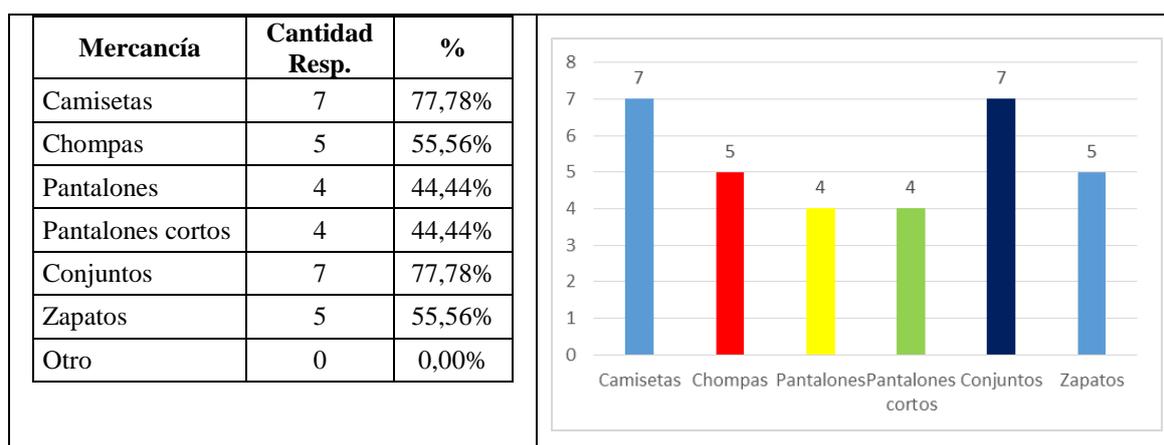


**Elaboración:** El Autor

Menos de la mitad de los establecimientos (42,86%) venden ropa deportiva, dentro de la observación se pudo identificar que los demás comercializan ropa casual.

### 3.3.2.2 PREGUNTA #2 (¿Qué tipo de mercancía vende?)

**Cuadro 15: Respuestas de la pregunta #2**



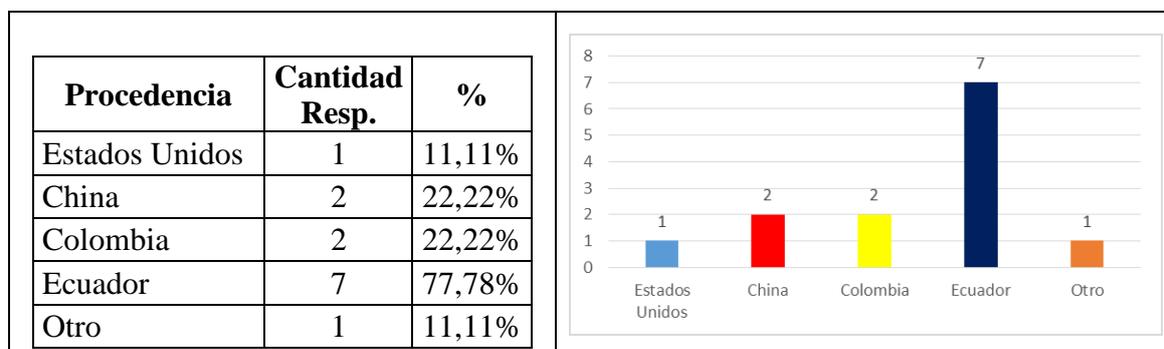
**Elaboración:** El Autor

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

En cuanto a la composición de la mercadería que venden estos 9 establecimientos, se pudo identificar que la gran mayoría tiene un stock variado en cuanto a su mercancía, excepto Champion Sports que solo se dedica a la venta de zapatos deportivos. De la mercancía que aseguran vender los comerciantes, el 77,78% son conjuntos enteros y camisetas, el 55,56% zapatos y chompas, y el 44,44% pantalones y pantalones cortos.

### 3.3.2.3 PREGUNTA #3 (¿De qué lugar usted trae su mercancía?)

**Cuadro 16: Respuestas de la pregunta #3**

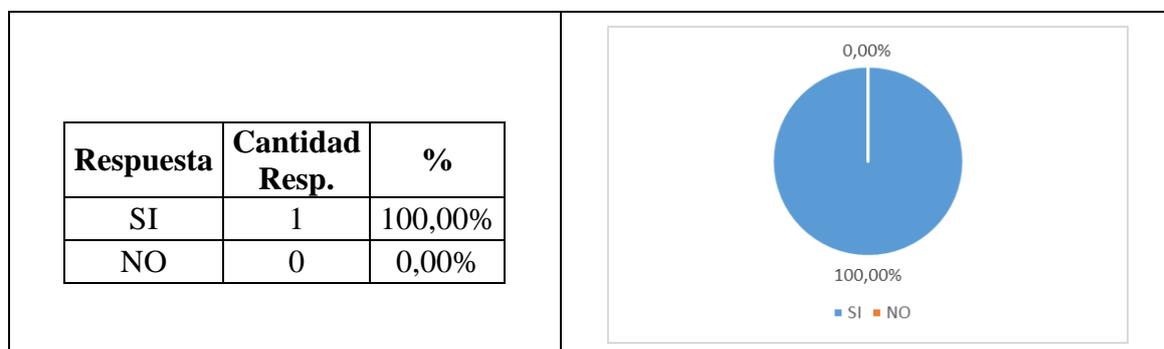


**Elaboración:** El Autor

El 77,78% (7 comerciantes) de los comerciantes que venden ropa deportiva afirman que su mercancía es ecuatoriana. Durante la encuesta se pudo evidenciar que hay establecimientos que trabajan directamente con fábricas de Atuntaqui, en la provincia de Imbabura, y otros con empresas de la ciudad de Quito. En tanto que el 22,22% (2 comerciantes) comercializan mercancía de China y Colombia. Es importante recalcar que hay establecimientos que tienen en stock ropa tanto ecuatoriana como china o colombiana, por lo que no en todos se vende mercancía exclusivamente de un solo lugar. El único establecimiento que comercializa con productos estadounidenses es Champion Sports, el cual es comerciante de zapatos deportivos.

**3.3.2.4 PREGUNTA #4 (¿Tiene diferenciada la ropa de Estados Unidos en cuanto a sus ventas?)**

**Cuadro 17: Respuestas de la pregunta #4**

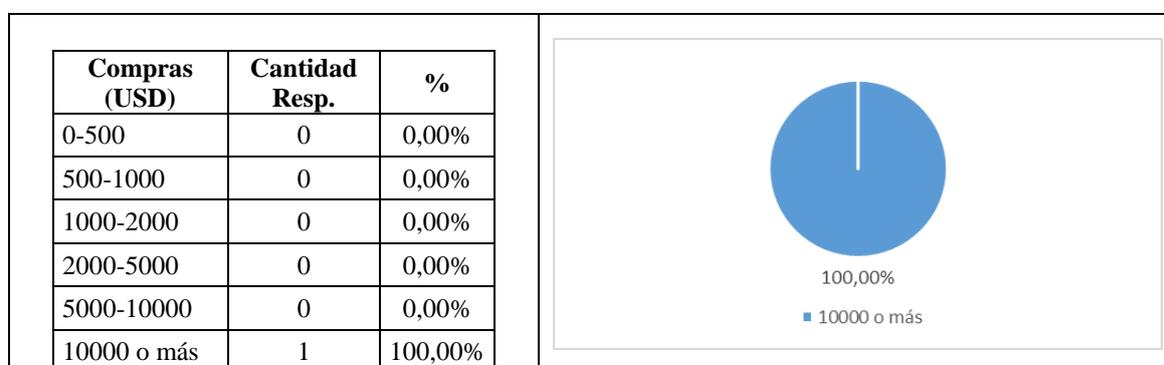


**Elaboración:** El Autor

Como se manifiesta en la pregunta anterior, el único comerciante de artículos norteamericanos es Champion Sports, el cual afirma vender productos provenientes de Estados Unidos por ende tiene identificadas las ventas.

**3.3.2.5 PREGUNTA #5 (¿Cuál es el aproximado anual de sus ventas en el año 2014 (USD) de ropa deportiva de Estados Unidos?)**

**Cuadro 18: Respuestas de la pregunta #5**



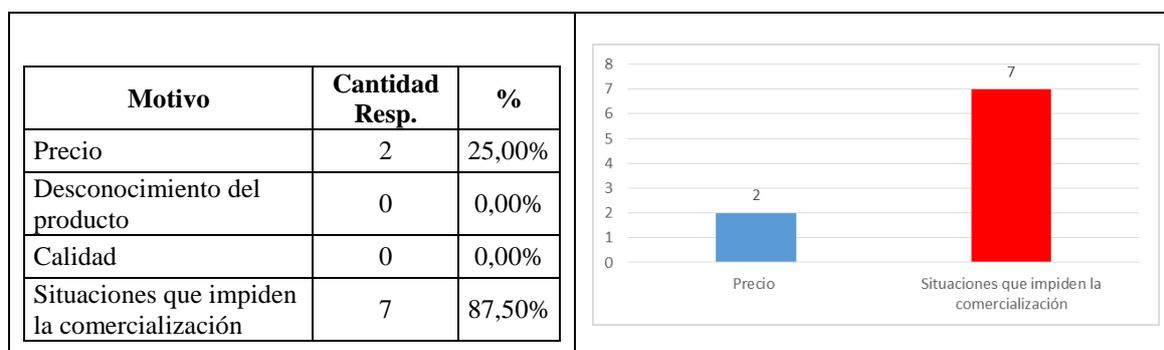
**Elaboración:** El Autor

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Se realizó una consulta acerca del ingreso percibido por mes al propietario de Champion Sports. Afirma que en promedio mensual vendió 80 pares de zapatos, los cuales se aproximan en su mayoría a USD 70 por par, en términos generales es un negocio que generó USD 67200 en ingresos durante el 2014.

**3.3.2.6 PREGUNTA #6 (¿Cuál es el motivo por el que usted no comercializa ropa deportiva proveniente de Estados Unidos en su establecimiento?)**

**Cuadro 19: Respuestas de la pregunta #6**



**Elaboración:** El Autor

Los motivos que argumentan los establecimientos consultados con relación a la no comercialización de ropa deportiva de Estados Unidos, se basan en el precio (25% de los 8 comerciantes que no venden ropa deportiva de Estados Unidos); además respecto a las situaciones que no favorecen la adquisición de estos productos para la venta (77,78% de los 8 comerciantes que no venden ropa deportiva de Estados Unidos) se pueden detallar las siguientes:

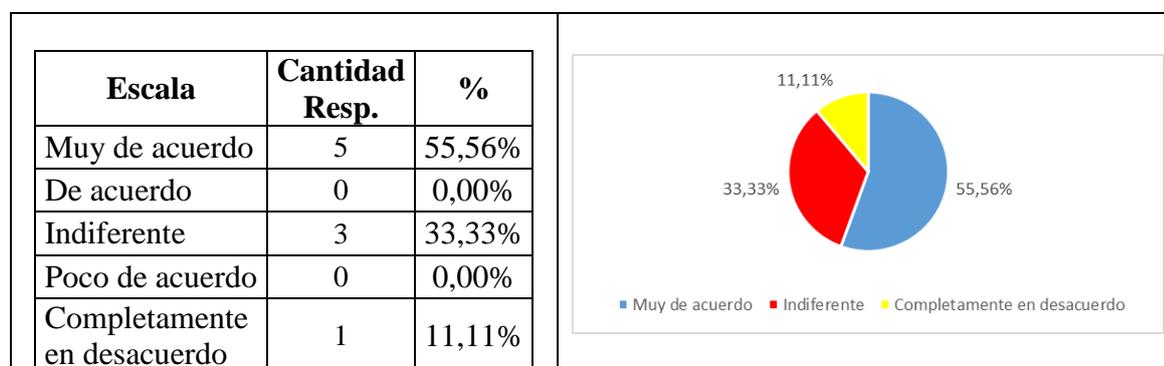
- No hay un proveedor o distribuidor de ropa deportiva norteamericana.
- No conocen el procedimiento para importar estos productos.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

- El mercado de Carcelén no es un nicho en el cual puede ser rentable vender ropa estadounidense importada.
- Establecimientos que tienen venta directa de fábrica ya sea por convenio o porque la empresa es dueña del establecimiento.

**3.3.2.7 PREGUNTA #7 (Si existiera un tratado de libre comercio con los Estados Unidos de Norteamérica, y por efecto de reducción de aranceles, por tanto libre ingreso de ropa deportiva como producto de consumo, hubiera un reducción del 35% del precio por importar el producto. ¿Estaría dispuesto a comerciar con ropa deportiva proveniente de Estados Unidos?)**

**Cuadro 20: Respuestas de la pregunta #7**

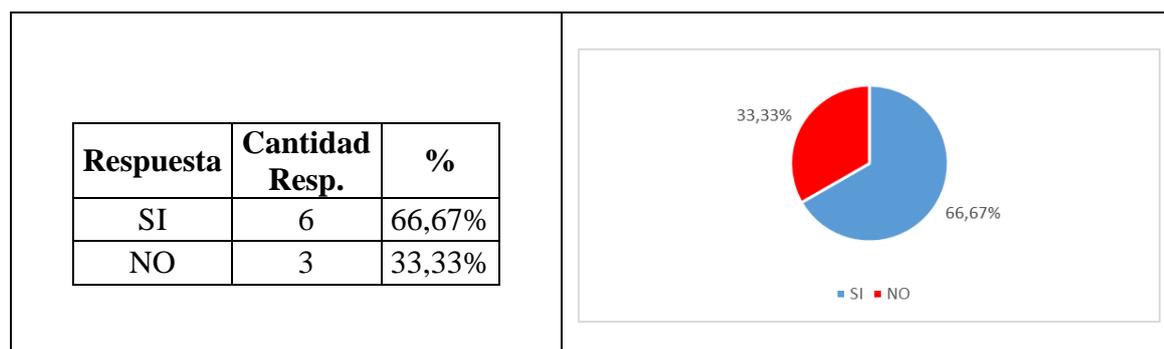


**Elaboración:** El Autor

El 55,56% de los comerciantes de ropa deportiva están muy de acuerdo en comercializar ropa deportiva proveniente de Estados Unidos, de haber un acuerdo comercial entre Ecuador y ese país. El 33,33% muestran una posición indiferente puesto que sus negocios se basan en comercializar ropa deportiva directamente de una fábrica local o internacional (China y Colombia). Por su parte, un comerciante no está de acuerdo con lo que propone este literal puesto que prefiere la industria nacional.

**3.3.2.8 PREGUNTA #8 (¿Conoce usted marcas de ropa deportiva producidas en Ecuador?)**

**Cuadro 21: Respuestas de la pregunta #8**



**Elaboración:** El Autor

En cuanto al conocimiento de las marcas de ropa deportiva, el 66,67% de los consultados está consciente de la producción nacional, puesto que un buen número de ellos que venden ropa ecuatoriana, mientras que el 33.33% no conoce las marcas locales.

**3.3.2.9 PREGUNTA #9 (¿Qué opina sobre la ropa deportiva ecuatoriana?)**

En términos de calidad se puede observar que hay opiniones divididas puesto que hay afirmaciones que se refieren a la buena calidad de los productos locales, entre ellos la ropa de Atuntaqui. Una propietaria señala que es ropa 100% garantizada. En cambio, hay comerciantes que están descontentos con los acabados y estética de la ropa. En todo caso hay quienes están a favor de apoyar la industria nacional para su crecimiento y desarrollo.

### **3.3.2.10 PREGUNTA #10 (¿Qué opina sobre la ropa deportiva de Estados Unidos?)**

Hay aceptación en la calidad de ropa deportiva estadounidense, pero según los encuestados, dicha ropa no tiene su maquila en su propio país. Con relación estrictamente a la ropa, manifestaron que las tallas no se ajustan a la realidad del mercado ecuatoriano puesto que no coincide con las tallas del consumidor.

### **3.3.3 ENTREVISTA REALIZADA AL EXPERTO**

Entrevista realizada al propietario de la empresa de ropa deportiva Dakar, Aníbal Erazo, el 30 de diciembre de 2015 a las 15:00 aproximadamente. Empresa radicada en el norte de la ciudad de Quito.

#### **3.3.3.1 LA EMPRESA (Introducción)**

Tenemos actualmente 10 años en el mercado. Obviamente comenzamos con cierta experiencia de ventas al por mayor, básicamente con una empresa que producía ropa deportiva. Ahí abrimos mercado con ese producto; pero con las referencias a nivel nacional, comencé a vender ropa deportiva al por mayor y fui conociendo vendedores en el mercado que eran buenos y conocían las necesidades del mercado, posteriormente se involucró mi esposa en sacar colecciones.

Llevó colecciones a esta empresa y comenzó el proceso de fabricación. El problema de la empresa con la que colaborábamos fue su producción a nivel general, y que no era exclusiva. De ahí empieza la necesidad de crear nuestras colecciones, nuestra propia marca. Fuimos comprando rollos de tela, que mandábamos a cortar, obviamente con la inexperiencia del caso. Por ello perdimos dinero puesto que no teníamos el conocimiento técnico para hacer

las cosas; entonces poco a poco fuimos conociendo gente, y compramos maquinaria (a crédito), de igual manera insumos y la tela que se ajustara a nuestras necesidades.

Así, arrancamos en el año 2005 con maquinaria, colecciones, marca propia y empezamos a diseñar un muestrario, el cual se podría ofrecer a los potenciales clientes. Con el previo conocimiento del mercado y un equipo de vendedores, fue mucho más fácil salir a comercializar los productos, y poco a poco se fueron abriendo las puertas para ingresar a grandes cadenas como Etafashion y KAO.

Como se puede ver, lo logrado se basa obviamente en el proceso de creación y crecimiento de la empresa, ha sido así, paulatinamente. Actualmente trabajamos con las cadenas, y estamos con marca propia, con insumos que obviamente están hechos bajo pedido.

### **3.3.3.2 PREGUNTA #1 (¿La materia prima que ustedes utilizan es nacional o importada?)**

El 90% es importado, de Colombia, la mayor parte de telas que utilizamos actualmente provienen de ese país vecino.

### **3.3.3.3 PREGUNTA #2 (¿Cuáles son las características que usted toma en cuenta en un consumidor local de ropa deportiva?)**

Básicamente como hay competencia, hay varios productores que hacen lo mismo, o van enfocados al mismo mercado que nosotros tenemos. Entonces siempre hemos tratado de innovar, viendo las tendencias que se utilizan en el exterior, es decir, tomando en cuenta colores o texturas. Así, fuimos los primeros en introducir las telas inteligentes, llamadas así porque tienen ciertas características; en el tejido se le ponen ciertos químicos que permiten sudar, evaporar más rápido el sudor, y evitar mojarse.

Por ejemplo, si se utiliza algodón, éste se moja mucho y se mantiene mojado, y por ende se hace pesado. Entonces esto se vino introduciendo hace por lo menos unos cuatro años, es una tendencia actual, muy poco se ve ropa deportiva fabricada con tela de algodón. De seguir habiendo, se dan bastante en conjuntos deportivos, pero como dije la tendencia es a la tela inteligente.

De inicio nos costó bastante porque son fibras bastante caras y no había muchos proveedores de esa tela, entonces desarrollarlas, y hacer la investigación de mercado también les costó tanto a productores como proveedores, actualmente hay fibras parecidas y con diferentes precios, ahí está el mercado para ese tipo de telas.

**3.3.3.4 PREGUNTA #3 (¿Tiene identificado al consumidor de la ciudad en cuanto a las zonas, es decir los diferentes nichos de mercado?)**

Aquí en Quito, trabajamos con cadenas como KAO, que invierte en fibras, no importa para ellos el precio. Pero quieren un producto de calidad. El nicho que maneja esa cadena es un estatus medio y medio alto de población; para el otro target de consumidores hay otras fibras más baratas, pero en nuestra empresa no confeccionamos para dicho target. Nos enfocamos en el medio y medio alto, entonces para allá va destinada nuestra presentación de prendas. La producción va de la mano con los distribuidores con los que trabajamos.

**3.3.3.5 PREGUNTA #4 (Si existiera un tratado de libre comercio entre Ecuador con los Estado Unidos. ¿Considera usted una amenaza, a los productos provenientes de ese país, al ver una reducción en sus precios?)**

Hay algunas empresas que se verán afectadas. En el caso de nuestra empresa, nos afectaría según el producto que se importe. Estados Unidos por cuestión de costos y demás, terceriza su producción, es decir, manda a confeccionar a China. Nosotros cuando hablábamos

de ropa americana hace unos 10 años, sabíamos que todo era fabricado en Los Ángeles, entonces eran propiamente americano.

Ahora, la mayoría de productos que vienen de Estados Unidos son confeccionados en China, inclusive marcas grandes como Nike prefieren realizar sus operaciones en ese país por el tema de costos, especialmente los laborales. Dependiendo de las prendas que vayan a ingresar habría una afectación; en caso de ser ropa de consumo masivo afectaría a los que están trabajando en ese nicho. Pero por ejemplo nosotros, los que estamos en el otro nicho de mercado que es medio y medio alto es posible que bajen los precios de Nike y marcas parecidas, pero siempre vamos a estar un poco más abajo por el hecho de ser productores y de comprar la materia prima en Colombia. Se sabe que Estados Unidos compra la materia prima en ese país, entonces depende de la calidad del producto que vaya a ingresar.

**3.3.3.6 PREGUNTA #5 (A su criterio, de darse esta situación. ¿Cree usted que la industria ecuatoriana que produce ropa deportiva puede ser competitiva en términos de calidad y precio con la industria estadounidense?)**

Competir con productores es un poco complicado por el mismo hecho de que no se han desarrollado las empresas nacionales (textileras nacionales) para crear este tipo de fibras, entonces siempre dependemos del mercado del exterior, en nuestro caso Colombia, en cambio hay productores que compran en China y Brasil.

Entonces es una dependencia a la variación de precios que esos países nos ofrecen. Nosotros lo que hacemos es comprar esa materia prima y confeccionar, únicamente le estamos agregando el valor de la producción. Pero si tuviéramos la materia prima hecha en Ecuador, es probable que sí podríamos bajar los precios y por ende ser más competitivos.

Colombia es una potencia a nivel mundial en cuestión de producción de prendas, no solo deportivas, sino también de prendas en general; nos llevan a la delantera unos cuantos años porque ellos si han mejorado e invertido en tecnificarse en lo relativo a fibras, y además están viendo las tendencias del mercado, lo nuevo que viene de Europa, entonces ellos ya lo están desarrollando, y su inversión es grande.

A diferencia de lo que pasa en Ecuador, considero que estamos retrasados unos 10 años en lo que se refiere a producción de materia prima con Colombia, como para decir que podemos confrontarnos de igual a igual con un producto americano.

**3.3.3.7 PREGUNTA #6 (¿Cuál es la percepción que usted tiene en cuanto al volumen de ventas en Carcelén y el norte de Quito en general? ¿Se vende más? ¿Se vende menos que en otras zonas de la ciudad?)**

Se ha presentado una reducción de por lo menos el 30% en las ventas, producto de la situación del país. Al menos a finales de 2014, se comenzaron a sentir los efectos, por entonces si se despachó ese año con ganancia, pero no estaba entre los márgenes normales. Y peor, en 2015 bajó bastante el flujo de ventas por lo menos en un 40%.

**3.3.3.8 PREGUNTA #7 (¿Considera usted pertinente un tratado de libre comercio con Estados Unidos o un tratado parcial para ciertos productos?)**

Esto debe analizarse con mayor profundidad, porque estamos hablando de manera general. Anteriormente abordamos el tema de cómo podría afectar al productor local el ingreso de ciertos productos y obviamente todos queremos cuidar nuestro puesto de trabajo. Deberíamos pues, de manera individual, analizar cómo nos va a afectar, tener en cuenta los pro y los contra del tratado de libre comercio, ver la experiencia de otros países, cómo les

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

benefició o perjudicó en el tema textil específicamente. Deberíamos tener esa información puesto que se carece de ella.

## **FASE 3. VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO**

### **1. RESUMEN DE OBSERVACIÓN**

Una vez que se realizaron los estudios de campo con la ayuda de encuestas y la entrevista a un experto que opera dentro del mercado de ropa deportiva en el país, ha sido posible identificar algunas características en cuanto a los actores (comerciantes y consumidores) que forman el nicho de Carcelén en el norte de la ciudad de Quito y cómo podrían influir en la tendencia de consumo de ropa deportiva, de suscribirse un acuerdo comercial con Estados Unidos.

Entre estos aspectos identificados se pueden mencionar los siguientes:

- a. Se detectó la cantidad real de oferentes de ropa deportiva dentro de esta área delimitada,
- b. La cantidad aproximada de consumidores
- c. El tipo de mercadería que se ofrece
- d. El tipo de mercadería que en su mayoría adquiere el consumidor
- e. La procedencia de esta mercadería
- f. La motivación de los consumidores para comprar ropa deportiva de dicha procedencia
- g. El motivo por el cual los comerciantes adquieren sus inventarios de la misma
- h. La cantidad en dólares de gastos por adquirir ropa deportiva en 2014
- i. La cantidad de ingresos por ventas de ropa deportiva de Estados Unidos en ese mismo año, en este caso de un solo oferente.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

- j. Por último, la posición tanto de consumidores como de comerciantes de suscribirse un acuerdo comercial entre Ecuador y los Estados Unidos de Norteamérica.

Carcelén es un área que está habitada, según datos del Censo de Población y Vivienda (2010), por 54938 habitantes. Para efectos de este estudio se realizó una muestra (88 encuestados) del total de esta población. De esta manera se encontró que el 67,05% de los habitantes tienden a adquirir ropa deportiva es decir que en esta área existiría un mercado demandante de aproximadamente 37000 potenciales consumidores.

En cuanto a comerciantes de ropa deportiva se identificaron, gracias a los datos obtenidos por la investigación de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Internacional SEK de los comercios clasificados por actividad económica (CIU) del INEC, 21 establecimientos de los cuales 9 (42,86 %) venden ropa deportiva dentro de esta área. Es decir que, dividido el mercado potencial Carcelén, cada establecimiento tendría que atender a 4000 consumidores, en el caso de solo apuntar a captar esta área como un nicho preferencial.

Dado que se trata de pequeños comercios a lo largo de la zona, se puede inferir en que su capacidad es insuficiente para un mercado relativamente extenso. Lo cual corroborado con la opinión de los consumidores, en esta misma encuesta, se encontró que varios de ellos adquieren ropa deportiva en cadenas grandes, que no necesariamente se encuentran localizadas específicamente en esta área, como Marathon Sports, KAO Sports (Astro) y Konga.

En general, se podría decir que la ropa deportiva se adquiere entre 1 a 2 veces al año por individuo, sugiriendo en algunos casos que es un producto de consumo estacional, que como se pudo ver anteriormente, se adquiere previo el inicio de las actividades escolares. Esto se puede corroborar con el estudio del Impacto de Consumo en la Economía del IDE Business

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

School (2004) donde el 58% de las personas encuestadas afirman comprar vestido y calzado con una frecuencia de 6 meses a 1 año.

En cuanto a los artículos que más compran, están los zapatos y camisetas los cuales recibieron 47 y 43 respuestas (de 59 consumidores de ropa deportiva) respectivamente. Los comerciantes por otra parte, tienen a disposición del público camisetas y conjuntos completos los cuales representan el 77,78% de los comercios, es decir que 7 de los 9 venden en su mayoría este tipo de prendas.

Los zapatos y las chompas también presentan un rubro importante en la comercialización de ropa deportiva puesto que 55,56% de los oferentes los venden, es decir 5 de los 9 venden zapatos y chompas. Se puede evidenciar, que los comerciantes obedecen implícitamente a la demanda de los diferentes tipos de ropa deportiva, por lo que se encuentran en sus stocks de mercadería zapatos y camisetas como productos principales de venta.

Los 59 consumidores de ropa deportiva consultados aseguraron que la procedencia de la ropa deportiva que ellos adquirirían en su mayoría era de Estados Unidos 64,41%, en segundo lugar China con 33,90%, después Colombia con 23,73% y por último de Ecuador con 32,20%. En tanto, los productores tienen en stock ropa deportiva en su mayoría nacional, en segundo lugar comercializan ropa china y colombiana y solo uno comercializa calzado norteamericano.

De estos datos arrojados, los comerciantes no ofrecen ropa deportiva norteamericana, la cual es de preferencia del consumidor, en todo caso hay presencia de ropa china y colombiana pero no en la medida que de alguna manera compra la población de Carcelén.

En opinión del experto entrevistado, muchas empresas que se dedican a la producción de ropa deportiva, tienen sus fábricas en China debido a un tema de bajos costos de producción, aparte de ello la materia prima con la que producen esta ropa proviene de

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Colombia. Otro factor importante que se puede mencionar es que el entrevistado compra telas (materia prima) colombiana para producir ropa deportiva puesto que: “no se han desarrollado las empresas nacionales (textileras nacionales)”.

La motivación de la gente para comprar ropa deportiva de Estados Unidos tiene que ver con tres puntos principales, entre ellos tenemos: la calidad (59,32%), el precio (30,51%) y la reputación (27,12%). Tomando en cuenta aquello, se puede inferir que la ropa deportiva de ese país es bien vista por el consumidor local sugiriendo que la percepción que tienen de la mercancía norteamericana pudiese trascender en cuanto a la diferencia de marcas, y pueden ser observadas todas en conjunto como un producto o productos de calidad únicamente por ser de los Estados Unidos.

En cuanto a la ropa deportiva de otras naciones, la tendencia es similar, salvo que la marca o las marcas están mejor valoradas, siendo así que se toma mucho más en cuenta la marca de la que está hecha la ropa deportiva, que la reputación del país que produce este producto. Los comerciantes en cambio no están motivados en vender ropa de Estados Unidos por el precio, el cual manifiestan es elevado, la falta de proveedores, no le ven a Carcelén como un mercado beneficioso, no conocen los procedimientos para importar y algunos son vendedores directos de una fábrica local de ropa deportiva.

Los gastos por ropa deportiva, según la muestra consultada, los realizan de la siguiente manera: el 61,02% gastó entre USD 100 y USD 500, el 22,03% entre USD 50 y USD 100, y un modesto 8,47% entre USD 500 y USD 1000.

Entre los tres principales forman el 91,53% del total de los consumidores consultados. Si se traduce esto en términos del total de la población que compra ropa deportiva de Carcelén (37000 habitantes aproximadamente), los gastos en el año 2014 por ropa deportiva se aproximarían a mínimo USD 4,23 millones y máximo USD 15,24 millones.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

En cuanto a los ingresos por venta de ropa deportiva de Estados Unidos, un solo oferente participa en este literal, Champion Sports, que maneja la comercialización de calzado deportivo proveniente de ese país. El propietario de ese establecimiento asegura que en el año 2014 comercializó 80 pares de zapatos al mes a un precio promedio de USD 70, lo cual en términos anuales significa que este establecimiento captó USD 67200 en ingresos.

En la entrevista realizada, el experto manifiesta que sufrió reducción de sus ventas, obviamente teniendo ganancia pero no en los márgenes de años posteriores sugiriendo así los efectos de una desaceleración económica del país que se explica en el análisis PEST en la fase dos de este estudio.

La aceptación tanto de comerciantes y consumidores a vender y comprar ropa deportiva de Estados Unidos si hubiese un acuerdo comercial entre ese país y Ecuador es muy alta. De esta manera tenemos que 76,27% de los consumidores consultados están a favor de adquirir ropa deportiva norteamericana, mientras que el 55,56% de los comerciantes incluiría en sus inventarios mercadería de esta nación para su venta. Así, de un comerciante de ropa deportiva estadounidense, habrían 5 de darse un acuerdo. .

Se puede deducir que por parte del consumidor habría efectivamente una demanda óptima de este producto. En cierta forma se puede corroborar esta afirmación con las opiniones positivas que se obtuvieron en la encuesta puesto que los consultados reconocen la calidad, la reputación, el diseño y la tecnología con la que cuenta esta mercancía extranjera.

Por parte de los comerciantes la realidad es un poco distinta puesto que la calidad es reconocida por ellos, pero en términos de mercado ésta no se ajusta al comprador ecuatoriano. En la opinión del experto, el acuerdo comercial con Estados Unidos es un tema que debe tener más puntos de análisis, en especial en este mercado, puesto que dependiendo el segmento en que se lo analice, puede tener efectos positivos como negativos Para él posiblemente el sector comercial puede ser beneficiado, pero en términos del sector productivo puede no tener

beneficio en el punto en el que la competencia dependería en la calidad del producto que podría llegar. Hay que recordar que Ecuador no produce la materia prima (textiles) utilizada para fabricar ropa deportiva y encarecería la producción en relación con la ropa deportiva extranjera.

Los consumidores en su mayoría no conocen las marcas de ropa deportiva producidas en el país, lo que está representado por el 52,63% de los consultados. Mientras que los comerciantes, por obvias razones, conocen en su mayoría la producción ecuatoriana. De las opiniones que se obtuvieron acerca del producto nacional, tanto comerciantes como consumidores concuerdan en que es mercancía de buena calidad, pero sugieren una falta de tecnicismo, diseño y acabados.

## **2. INDUCCION**

La población de Carcelén según datos del censo del año 2010 bordea los 55000 habitantes, de los cuales alrededor de 37000 (cifra obtenida en base a la relación que se obtuvo de la muestra en el estudio de campo) son consumidores de ropa deportiva.

Dentro del área se encontraron 9 oferentes de este producto, los cuales a simple vista no tienen la capacidad de atender a este mercado relativamente grande por lo que varios de los consumidores por conocimiento, preferencia a marcas conocidas y ropa extranjera compran en grandes cadenas que no necesariamente se encuentran situadas en el área delimitada para este estudio.

Del presente estudio se pudo conocer que la frecuencia de compra del consumidor de ropa deportiva es de 1 a 2 veces por año, teniendo como preferencia la compra de camisetas y zapatos, puesto que estos ítems fueron los más escogidos por los encuestados.

Por otra parte, los comerciantes tienen un stock variado en sus establecimientos, dando mayor importancia a las camisetas y a los conjuntos completos. En este punto se dedujo que

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

los oferentes en cierta medida ofrecen mercadería acorde a lo que su clientela requiere, hablando en términos del tipo de mercadería que adquieren en Carcelén.

De la ropa deportiva adquirida por el consumidor de esta área, manifiestan que en su mayoría es de Estados Unidos y China, por otra parte los comerciantes de esta zona venden ropa deportiva fabricada en Ecuador, China y Colombia, de los 9 comerciantes solo uno vende calzado deportivo de procedencia norteamericana. En cuanto a las preferencias de consumo, los individuos encuestados afirman estar motivados a adquirir ropa deportiva de Estados Unidos y extranjera en general por la calidad, el precio, la reputación y las marcas que ellos ya conocen.

Por el contrario, el comerciante no vende ropa de procedencia norteamericana debido al precio de compra ya que es elevado, la falta de un proveedor o porque ya tienen uno fijo, el desconocimiento de los procedimientos para adquirir esta mercadería y porque Carcelén no es un nicho de mercado óptimo para vender ropa importada de ese país. En todo caso comerciantes y consumidores aceptan que la ropa deportiva de Estados Unidos es de buena calidad.

Los gastos que realizaron el 91,53% de los consumidores consultados en el 2014 son de mínimo USD 50 y máximo USD 1000, si los traducimos a nivel de población total de Carcelén, tenemos que los gastos por compra de ropa deportiva de este año son de USD 4,23 millones a USD 15,24 millones. El único comerciante de calzado deportivo que adquiere su mercancía de Estados Unidos reporta un ingreso mensual por ventas de aproximadamente USD 5400, lo que le deja anualmente ingresos por USD 67200. En este punto se puede observar que el mercado de ropa deportiva presenta una demanda atractiva, lo cual provee de oportunidades a los comerciantes debido a que la aceptación de la ropa deportiva extranjera en el consumidor es buena.

## “ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

La ropa deportiva de Estados Unidos es muy buena tanto para comerciantes, como para consumidores. De hecho en las encuestas hechas a cada grupo, mostraron que de existir un acuerdo comercial con la nación norteamericana habría una alta adquisición de esta mercancía por parte del consumidor, así como del comerciante para poner a la venta, lo cual demuestra de cierta forma la preferencia por artículos de este país. En cierta medida la entrevista al experto revela que en materia del acuerdo comercial, podría tener repercusiones positivas y negativas para ciertos grupos. La ropa deportiva ecuatoriana, en cambio, es bien valorada por ambos grupos (comerciantes y consumidores) por su calidad, pero concuerdan en que hay mucho trabajo en mejorar su tecnología (en materia prima), diseño y acabados.

### **3. HIPOTESIS**

Con la firma de un acuerdo comercial de Ecuador con los Estados Unidos de Norteamérica, hay una mayor tendencia a comprar (consumir) ropa deportiva en Carcelén al norte de la ciudad de Quito.

### **4. PROBAR LA HIPÓTESIS POR EXPERIMENTACIÓN**

El acuerdo comercial que firmó Colombia con los Estados Unidos establece como uno de los puntos principales la eliminación arancelaria, en el caso de la ropa deportiva, el Anexo 2.3 del Tratado de Libre Comercio establece una “desgravación tipo A”, en otras palabras este producto no paga aranceles en ninguna de estas dos naciones firmantes.

En el caso ecuatoriano, como se mencionó anteriormente, el único acuerdo suscrito con los Estados Unidos de Norteamérica es el de un Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) que elimina los impuestos a 3500 partidas que provengan de los países beneficiarios de este sistema hacia Estados Unidos. En otras palabras, genera un beneficio al Ecuador en materia de sus exportaciones, pero no influye significativamente en el consumo interno.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Según el estudio del “Impacto en la del Consumo en la Economía” publicado en el año 2004 por el IDE Business School de la Universidad de los Hemisferios de Quito, se registran datos que los ecuatorianos consumen ropa y calzado proveniente de Ecuador, Colombia y Estados Unidos. De este último país se encontró que los hogares ecuatorianos tienen preferencia por sus productos. En el estudio de campo realizado en esta investigación se puede ver que más de la mitad de los encuestados reconocen que la procedencia de la ropa deportiva que ellos adquieren es estadounidense. Asimismo se observó que lo que motiva a los consumidores y comerciantes, en adquirir ropa deportiva extranjera y nacional, son la calidad y el precio principalmente.

Al correlacionar en el análisis la firma de un acuerdo comercial de Ecuador con los Estados Unidos de Norteamérica y la mayor tendencia a consumir ropa deportiva en Carcelén, se puede evidenciar que la tendencia de consumo de mercancía norteamericana puede ser alta. Se puede deducir que la tendencia podría incrementarse en 76,27%, es decir que de los 37000 consumidores de ropa deportiva, que compraban una unidad por ejemplo, aproximadamente 28000 incrementarían sus unidades de mercancía adquirida.

Este argumento se puede validar con los resultados de la encuesta aplicada a consumidores y comerciantes, los cuales serán evaluados en el siguiente apartado (Demostración de la Hipótesis).

Si se facilita la entrada de ropa deportiva estadounidense puede generar diferentes repercusiones en diferentes actores de la economía (comerciantes, consumidores, estado). En los comerciantes cuánto dinero se podría ganar por adquirir ropa norteamericana sin impuestos, en los consumidores cuánto dinero se ahorra y en cuánto aumentan sus compras, y en el estado cuánto dinero se deja de percibir por el simple hecho de esta eliminación arancelaria que propondría un acuerdo. En todos los casos la constante se manifiesta en el

incremento de mercadería que puede ingresar en el Ecuador de darse un acuerdo. La aseveración se desarrolla en el apartado de costo/beneficio.

## **5. DEMOSTRACIÓN O REFUTACIÓN (ANTÍTESIS) DE LA HIPÓTESIS**

El Ecuador de momento no tiene un acuerdo comercial parecido al que Colombia suscribió con los Estados Unidos de Norteamérica en el año 2012, lo cual como se ha mencionado, propone una eliminación de las tasas arancelarias, en cuanto a ropa deportiva se refiere. Es decir que, si el Ecuador en este momento decidiera suscribir un acuerdo de las mismas magnitudes, hubiera la eliminación de la tasa arancelaria (AD-VALOREM), información extraída del SENA (2016), del 10%. Así como, la sobretasa impuesta por la Resolución N° 011-2015 aprobada por el Pleno del Comité de Comercio Exterior en marzo de 2015, del 25%. De esta forma por importar ropa deportiva se reduciría en aproximadamente un 35% el valor de los costos de nacionalización de este producto.

Aparte de ello, en la observación realizada por medio de encuestas a consumidores y comerciantes en el área de Carcelén en el norte de la ciudad de Quito, se encontró que el consumidor prefiere la ropa deportiva estadounidense por factores como la calidad en primer lugar, después el precio y por último la reputación de las prendas provenientes de ese país. En el otro caso, el comerciante acepta, en opinión individual, que la ropa deportiva proveniente de los Estados Unidos es de buena calidad.

Tomando en cuenta que según la hipótesis habrá una mayor tendencia de consumo de firmarse un acuerdo comercial de Ecuador con Estados Unidos. Se puede decir que, en términos de la investigación de campo, se valida este argumento en función de que en primer lugar el consumidor y comerciante aprecian la calidad del producto norteamericano. En segundo lugar, la reducción del costo de la mercancía para los comerciantes, por tanto el

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

precio de venta para los consumidores, que propone la interrogante planteada, establece que la tendencia a mayor consumo de ropa deportiva de puede dar en otro caso por cuestión de precios. Ya que en ambos casos más del 50% de las respuestas están “muy de acuerdo” y “de acuerdo” con comerciar y comprar ropa importada de los Estados Unidos de darse esta situación.

De esta forma se obtiene que los factores que pueden generar una mayor tendencia de consumo de ropa deportiva estadounidense, en caso de haber un acuerdo comercial, son la calidad en primer lugar y en segundo el precio del producto. Ya que de cierta forma se pudo evidenciar que el consumidor y comerciante tienen conocimiento de lo que desean adquirir y en varios casos se puede inferir que el valor agregado para poder realizar una compra exitosa sería un menor precio al obtener esta mercancía.

## **6. ANALISIS COSTO / BENEFICIO**

El presente análisis pretende ilustrar cómo afectaría la firma de un acuerdo comercial en el punto de vista de un comerciante (que hace las veces de importador), del consumidor, y por último del estado (en materia de recolección de impuestos por importación y comercialización del producto).

Dicho análisis parte del estudio de campo y de la hipótesis planteada, la cual afirma que con un acuerdo comercial entre Ecuador y Estados Unidos, la tendencia a consumir ropa deportiva se incrementa, debido a la aceptación del mercado de Carcelén por la ropa deportiva estadounidense, la reducción de los costos de importación por la eliminación arancelaria por ende la reducción del precio de venta al público.

Para poder ilustrar de una manera didáctica y comprensible esta situación, es necesario partir desde los datos que arrojó la encuesta a los comerciantes y consumidores. Para ello se realizará el cálculo de una importación ficticia de zapatos deportivos, debido a que en el

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

estudio solo un comerciante manifestó vender mercadería estadounidense y haber recaudado en ingresos un monto de USD 67200. Para lo cual se realizará una importación con cifras aproximadas referenciales al giro del negocio de dicho comerciante.

**Tabla 11: Ingresos del comerciante encuestado**

<b>Ingresos Champions Sport (2014)</b>				
<b>Ítem</b>	<b>PVP</b>	<b>Pares</b>	<b>Ingreso (Mes)</b>	<b>Ingreso (Año)</b>
<b>Zapatos Deportivos</b>	70	80	5600	67200

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

En cuanto a los datos para realizar el cálculo de la importación, se realizó la búsqueda de calzado deportivo en el portal web ([www.nextag.com](http://www.nextag.com)), en el cual se comercializa a manera de “outlet” calzado de diferentes marcas y precios. Basados en un precio referencial de USD 10 por un par de zapatos se realiza a continuación una tabla referencial con los gastos por comprar en Estados Unidos este producto.

**Tabla 12: Compras de calzado deportivo en Estados Unidos**

<b>Simulación de Importación de Zapatos Deportivos</b>				
<b>Ítem</b>	<b>PVP</b>	<b>Pares</b>	<b>Gasto (Mes)</b>	<b>Gasto (Año)</b>
<b>Zapatos Deportivos</b>	10	80	800	9600

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

Además es necesario realizar un monto referencial de los gastos incurridos en la comercialización del producto una vez se haya realizado la importación, para lo cual se toman

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

en cuenta gastos administrativos del establecimiento en los cuales se incurre en rubros como la remuneración de un encargado del negocio que hace las veces de supervisor.

El monto es referencial a una remuneración básica, tomada del Ministerio del trabajo del Ecuador (2015) citado por diario El Universo 2015, la cual asciende a USD 354 (USD 147,25 los beneficios sociales), aparte de ello se toman los costos por servicio de internet proporcionados por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) que ofrece un plan con velocidad de internet de (5Mbps) a un costo de USD 24,90.

Por último en estos gastos se toman en cuenta los servicios de luz y teléfono los cuales en promedio ascienden a USD 35 y USD 25. Estos montos son referentes al consumo de estos servicios en Carcelén. Los gastos de ventas constituyen la remuneración de un vendedor, que recibe una remuneración básica que asciende a USD 354 (USD 147,25 los beneficios sociales).

**Tabla 13: Gastos incurridos en la comercialización de zapatos deportivos en Carcelén**

<b>GASTOS COMERCIALIZACION</b>		
<b>Ítem</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Total</b>
<b>Gasto Administrativo</b>		<b>1.086,15</b>
<b>Remuneraciones</b>	354,00	
<b>Beneficios de Ley</b>	147,25	
<b>Internet</b>	24,90	
<b>Serv. Luz</b>	35,00	
<b>Teléfono</b>	25,00	
<b>Arriendo</b>	500,00	
<b>Gasto de Ventas</b>		<b>501,25</b>
<b>Remuneraciones</b>	354,00	
<b>Beneficios de Ley</b>	147,25	
<b>Gastos Operativos</b>		<b>1.587,40</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Partiendo de estos datos, se realizó el cálculo de una importación ficticia, la cual muestra datos mensuales y anuales. Cabe mencionar que esta importación se realiza en las condiciones actuales del Ecuador, es decir, sin contar con un acuerdo comercial con los Estados Unidos.

**Tabla 14: Importación de calzado deportivo (Sin acuerdo comercial)**

CALCULO DE LA IMPORTACION SIN ACUERDO COMERCIAL			
ITEMS	DATOS	MENSUAL	ANUAL
COSTO DE LA MERCADERIA	800,00	800,00	9.600,00
FLETE MARITIMO		264,62	3.175,38
<b>FOB+FLETE</b>		<b>1.064,62</b>	<b>12.775,38</b>
SEGURO	2%	21,29	255,51
<b>COSTO, SEGURO Y FLETE</b>		<b>1.085,91</b>	<b>13.030,89</b>
ARANCEL + SOBRETASA (25%)	35%	380,07	4.560,81
USD 6 (Por cada Kg.)	6,00	239,52	2.874,24
FODINFA	0,50%	5,43	65,15
<b>TOTAL ANTES DE IVA</b>		<b>1.710,92</b>	<b>20.531,09</b>
I.V.A	12%	205,31	2.463,73
<b>TOTAL</b>		<b>1.916,24</b>	<b>22.994,82</b>
TRANSPORTE TERRESTRE A EMPRESA		25,00	300,00
AFIANZADOR	212,40	212,40	2.548,80
ESTIBADOR EN EMPRESA IMPORTADORA	20,00	20,00	240,00
<b>TOTAL INCURRIDO</b>		<b>2.173,64</b>	<b>26.083,62</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

Como muestra el gráfico anterior, se genera la compra de 80 pares de zapatos valorados en USD 10 cada par, los cuales representan un gasto mensual por adquirir esta mercadería de USD 800 valor FOB (USD 9600 anuales). A este valor se le adiciona el flete marítimo el cuál se realiza mediante el pago de USD 264,62 (USD 3175,38 anuales) por enviar mercadería desde Miami hasta Guayaquil. Éste valor está tomado del portal World Freight Rates (2015),

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

el cual muestra cotizaciones a precio de mercado por el traslado de mercancía en base a su volumen y peso, en este caso vía marítima.

Una vez calculado el valor FOB más el flete, se le aplica el 2% cuyo resultado representa el valor a pagar del seguro, es decir, USD 21,29 mensuales (USD 255,51 anual). La totalidad de estos tres rubros dan como resultado la base imponible CIF, la cual el SENA E (2015) recomienda para el cálculo de los impuestos posteriores.

Sobre la base imponible se calcula el arancel, el cual para calzado deportivo representa el 10% del CIF; aparte se aplica una sobretasa del 25% emitida en una resolución del Ministerio de Comercio Exterior (2015) y por último tanto para prendas de vestir como para calzado se aplica un valor de USD 5,5 y USD 6 por cada kilogramo respectivamente. Adicional al arancel se aplica una tasa de 0,5% del total CIF, el cual corresponde al Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA). Sumados estos impuestos, se llega a un valor de USD 1710,92 mensuales (USD 20531,09 anuales), este resultado es la base para calcular el Impuesto al Valor Agregado (IVA 12%) de la importación.

Por último se toman en cuenta los gastos incurridos en el transporte terrestre hacia la empresa o en este caso el local comercial, los cuales se estiman en USD 25. El afianzador o agente que realizó el proceso de liberar la carga importada, tomado de la Resolución SENA E-DGN-2012-0140-RE, Artículo 3, establece un pago del 60% de un salario mínimo unificado (USD 212,14) como honorarios por haber realizado esta labor. Por último se realiza el pago al estibador en la empresa importadora, o en el caso planteado el establecimiento, por un valor estimado de USD 20.

En total los costos por importación de este producto en CIF ascienden a un valor mensual de USD 2173,64 (USD 26083,62 anuales). El costo por importación de la mercancía es 172% superior al costo inicial con el que se adquirieron los zapatos deportivos.

**Tabla 15: Costeo del producto (Sin acuerdo comercial)**

	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>Unidades</b>	80,00	960,00
<b>Costo Importación</b>	2.173,64	26.083,62
<b>(+) Costo Operativo</b>	1.587,40	19.048,78
<b>(=) Costo Total</b>	3.761,03	45.132,40
<b>Costo Unitario</b>	47,01	47,01
<b>(+) Utilidad</b>	30%	30%
<b>(=) Precio</b>	61,12	61,12
<b>(+) IVA Ventas</b>	12%	12%
<b>(=) PVP</b>	68,45	68,45

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

A los costos de importación se le adicionan los costos operativos del establecimiento que se mencionan en la TABLA 13, dando como resultado un costo total de USD 3761,03 mensuales (USD 45132,40 anuales), el costo unitario es de USD 47,01 por cada par, se le adiciona una utilidad exigida por el dueño o dueños del comercio referencial al 30% del costo dando un precio de USD 61,12 por par. Se suma el 12% del IVA cobrado por la venta del producto. Al final el precio de venta al público (PVP) asciende a USD 68,45.

**Tabla 16: Estimaciones Financieras (Sin acuerdo comercial)**

	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>Ingresos</b>	<b>5.476,07</b>	<b>65.712,78</b>
<b>(-) Costo total</b>	<b>3.761,03</b>	<b>45.132,40</b>
<b>(=) Utilidad</b>	<b>1.715,03</b>	<b>20.580,38</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

La estimación de ingresos asciende a los USD 5476,07 mensuales (USD 65712,78 anuales). Restando los costos, proporciona al establecimiento una utilidad de USD 1715,03 mensuales (USD 20580,38 anuales).

La hipótesis planteada asume que con la firma de un acuerdo comercial entre Ecuador y los Estados Unidos de Norteamérica, habrá una mayor tendencia a consumir ropa deportiva de ese país. Anteriormente se manifestó que uno de los factores que apoyan este argumento es que el consumidor y comerciante reconocen la calidad de las prendas que provienen de la nación norteamericana. En este apartado, se realizará el análisis de esta tendencia en función del precio.

La tendencia de consumo se pudo obtener de la PREGUNTA #7 de la encuesta realizada a los consumidores, literal que pretendía conocer la disposición del comprador de ropa deportiva a adquirir en mayor medida este producto de existir un acuerdo entre estas dos naciones.

De las respuestas obtenidas, se conoció que el 76,27% están “muy de acuerdo” y “de acuerdo” en lo que proponía la encuesta. Es decir, que la tendencia se enfoca a que habrá un 76,27% adicional al consumo de ropa deportiva. Ante esta afirmación, se aplica dicho incremento a la cifra inicial de 80 pares mensuales (960 anuales) para realizar el cálculo de la importación que se presenta a continuación. Cabe mencionar que al existir un acuerdo comercial, habría una eliminación arancelaria, es decir, no se cobraría el valor del AD-VALOREM, la sobretasa y el impuesto adicional de USD 6 por kilogramo.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS  
UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA  
DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

**Tabla 17: Importación de calzado deportivo (Con acuerdo comercial)**

<b>CALCULO DE LA IMPORTACION CON ACUERDO COMERCIAL</b>			
<b>ITEMS</b>	<b>DATOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
COSTO DE LA MERCADERIA	1.410,16	1.410,16	16.921,92
FLETE MARITIMO		486,26	5.835,06
<b>FOB+FLETE</b>		<b>1.896,42</b>	<b>22.756,98</b>
SEGURO	2%	37,93	455,14
<b>COSTO, SEGURO Y FLETE</b>		<b>1.934,34</b>	<b>23.212,12</b>
ARANCEL + SOBRETASA (25%)	0%	-	-
USD 6 (Por cada Kg.)	0%	-	-
FODINFA	0,50%	9,67	116,06
<b>TOTAL ANTES DE IVA</b>		<b>1.944,02</b>	23.328,18
I.V.A	12%	233,28	2.799,38
<b>TOTAL</b>		<b>2.177,30</b>	<b>26.127,56</b>
TRANSPORTE TERRESTRE A EMPRESA		25,00	300,00
AFIANZADOR	212,40	212,40	2.548,80
ESTIBADOR EN EMPRESA IMPORTADORA	20,00	20,00	240,00
<b>TOTAL INCURRIDO</b>		<b>2.434,70</b>	<b>29.216,36</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

El monto incurrido en esta transacción asciende a los USD 2434,70 mensuales (USD 29216,36 anuales) producto de una importación mayor de 141 pares de zapatos mensuales de los 80 que sin acuerdo comercial se presentaron en la TABLA 14. En este caso el costo de la mercancía importada es superior en 73% en relación al valor inicial de la compra realizada en EE.UU.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

**Tabla 18: Costeo del producto (Con acuerdo comercial)**

	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>Unidades</b>	141,02	1.692,19
<b>Costo Importación</b>	2.434,70	29.216,36
<b>(+) Costo Operativo</b>	1.587,40	19.048,78
<b>(=) Costo Total</b>	4.022,10	48.265,14
<b>Costo Unitario</b>	28,52	28,52
<b>(+) Utilidad</b>	30%	30%
<b>(=) Precio</b>	37,08	37,08
<b>(+) IVA Ventas</b>	12%	12%
<b>(=) PVP</b>	41,53	41,53

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

De esta manera se observa que se mantienen los costos operativos y la utilidad requerida por el dueño o dueños del establecimiento, a pesar de ello se obtiene un precio de venta al público por cada par de USD 41,53.

**Tabla 19: Estimaciones Financieras (Con acuerdo comercial)**

	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>Ingresos</b>	<b>5.856,17</b>	<b>70.274,05</b>
<b>(-) Costo total</b>	<b>4.022,10</b>	<b>48.265,14</b>
<b>(=) Utilidad</b>	<b>1.834,08</b>	<b>22.008,91</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

En cuanto a los ingresos, se genera un monto mensual de USD 5856,17 mensual (USD 70274,05 anuales) por comercializar un 76,27% más mercadería que sin contar con un acuerdo.

**Tabla 20: Costo/Beneficio**

	<b>Razón</b>	<b>Sin Acuerdo</b>	<b>Con Acuerdo</b>	<b>Variación</b>
<b>Comerciantes (Compra de Mercadería)</b>	Unidades	960	1.692	76,27%
	Costo Unitario Importación	27,17	17,27	-36,46%
	Costo Unitario Total	47,01	28,52	-39,33%
	Ingresos	65.712,78	70.274,05	6,94%
	Utilidad	20.580,38	22.008,91	6,94%
<b>Consumidores (Compra por Consumidor)</b>	Unidades	1	2	76,27%
	PVP	68,45	41,53	-39,33%
<b>Estado (Recaudación de Impuestos)</b>	Unidades	960,00	1.692,19	76,27%
	Arancel	4.560,81	-	-100,00%
	IVA Importación	2.463,73	2.799,38	13,62%
	IVA Ventas	7.040,66	7.529,36	6,94%
	Total	15.025,20	12.020,94	-19,99%

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** El Autor

Para finalizar este análisis, se presentan algunos datos, haciendo la comparación de los dos escenarios en los que se realiza la importación de un producto, con la premisa obtenida de la hipótesis.

Como primer actor está el comerciante, que como se puede observar, aumenta en 76,27% las unidades compradas de mercadería pasando de 960 a 1692 anuales. El beneficio sin duda se refleja en los costos unitarios tanto de importación como totales puesto que se reducen 36% y 39% aproximadamente.

En cuando a los ingresos y las utilidades se puede decir que aumentan en un 6,94%. Estos resultados demuestran que si bien hay una reducción sustancial en los costos por ingresar y vender mercadería norteamericana, las utilidades generadas de este proceso no tienen un incremento importante.

En otras palabras, si bien al inicio parecen ser negocios que se sostienen de manera holgada, el incremento en la tendencia de consumo no hace cambios importantes en cuanto a

sus ganancias esperadas. En otro aspecto, sin duda aumenta la competencia puesto que como muestran los resultados del estudio de campo se abre la posibilidad de que otros comerciantes comiencen a adquirir mercadería estadounidense.

Los consumidores obtienen un beneficio en dos partes: la primera es que aplicando el aumento en la tendencia a adquirir ropa deportiva se obtiene como resultado que por un par de zapatos que compraban sin acuerdo, con acuerdo obtienen 2 pares aproximadamente. La segunda es que obtienen una reducción de 39% en el precio de venta al público, es decir hay un ahorro de USD 26,92 por cada artículo.

Por último, en cuanto al Estado, en esta transacción se puede observar que el total de sus recaudaciones anuales sin acuerdo comercial ascienden a USD 15025,20. En su contraparte se obtiene que habiendo un tratado con Estados Unidos, la recolección estatal por impuestos y tasas se reduce aproximadamente en 20%. Un dato curioso es que al aumentar el comercio de ropa deportiva, el IVA de importación y el IVA ventas sufren un incremento de 13,62% y 6,94%, en otras palabras a pesar de perder un rubro importante de impuestos por ingresar mercadería, Ecuador gana en impuestos asociados por comercialización de estos productos y se dinamiza el comercio interno en cierta medida.

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1 CONCLUSIONES**

- Estados Unidos de Norteamérica, es una nación que mantiene vigentes varios acuerdos comerciales, especialmente dentro del continente americano. Mantiene tratados con naciones dentro de la región andina como Chile, Colombia y Perú. Ecuador, por otra parte, mantiene acuerdos de comercio preferencial, en su mayoría con países latinoamericanos. Aparte es miembro activo de organizaciones como la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y la Asociación Latinoamericana de Naciones (ALADI).

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

- En cuanto a la situación comercial entre Ecuador y los Estados Unidos se pudo constatar que se desarrolla a través de un Sistema generalizado de Preferencias (SGP), un programa del gobierno norteamericano que promueve el crecimiento económico de naciones en vías de desarrollo eliminando los impuestos de entrada a 3500 productos. El 29 de junio de 2015 el presidente estadounidense Barack Obama suscribió la extensión del SGP, el cual se plantea dure hasta el 2017, lo cual beneficia las exportaciones ecuatorianas hacia ese país.
- Dentro de Carcelén, zona ubicada en el norte de la ciudad de Quito, se determinó que existen 21 establecimientos, clasificados por su actividad económica (CIU) como vendedores al por menor de equipo deportivo y vendedores al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados. Comercializan ropa deportiva, pero solo un establecimiento vende calzado deportivo proveniente de los Estados Unidos.
- En cuanto al consumidor, se tomó una muestra del total de la población de esta área (54938 habitantes) para realizar el estudio de campo y analizar los resultados arrojados, de los cuales se evidencia que el 67,05% son consumidores de ropa deportiva. De las consultas realizadas a comerciantes y consumidores se concluye que durante el 2014 el comerciante que trabaja con mercadería norteamericana tuvo ingresos de USD 67200 aproximadamente, los consumidores de ropa deportiva gastaron entre USD 50 y USD 500 individualmente.
- La población que compra ropa deportiva, afirma que la procedencia de la mercancía que adquirirían era de Estados Unidos y de China. A pesar de ello la preferencia se centra en la ropa norteamericana. Lo que motiva al consumidor a la compra de artículos deportivos de este país es la calidad del producto, en segundo lugar el precio y por último la reputación que le da la procedencia (Estados Unidos) a la ropa.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

- Según el experto consultado, varias de las industrias norteamericanas que fabrican ropa deportiva, operan en países con bajo coste de mano de obra tales como China. En cuanto a los artículos que más compran, se encontró que los zapatos deportivos y las camisetas son los que más se adquieren. La frecuencia de compra se da entre una a dos veces por año, tomando en cuenta que artículos como conjuntos deportivos y zapatos se adquieren estacionalmente (en periodos de inicio de actividades escolares). De esta forma se puede concluir que, el comprador de ropa deportiva de Carcelén se basa en la calidad del producto para elegir lo que compra, la procedencia preferida es Estados Unidos, esto confirma lo establecido en el marco teórico por la “Teoría del Aprendizaje” ya que se evidencia que el “Criterio de Generalización” y el “Criterio de Proximidad” se manifiestan en este aspecto, puesto que a pesar de que la mercadería que adquieren no necesariamente puede ser fabricada en los Estados Unidos, la idea de que proviene de este país está implantada en la mente del consumidor final.
- El presente estudio determina que de darse un acuerdo comercial entre Ecuador y los Estados Unidos, se daría una mayor tendencia a adquirir mercadería norteamericana, ya que por un lado el consumidor final prefiere mercadería de este país y por el otro se daría una reducción en el precio de venta al público producto de la eliminación arancelaria (10%), la sobretasa que hoy en día se aplica a estos productos (25%) y la tasa adicional de USD 5,5 y USD 6 por cada kilogramo. Esta situación generaría según la hipótesis del estudio, un aumento en el consumo de ropa deportiva en un 76,27% que se traduce en unidades adicionales adquiridas por el consumidor final. Aparte de ello, generaría mayor oferta por parte de los comerciantes de la zona ya que más del 50% está de acuerdo con adquirir mercadería estadounidense. A breves rasgos se pudo evidenciar que el estado deja de percibir los impuestos y tasas aplicados a la importación de esta mercadería.

## 7.2 RECOMENDACIONES

- Un factor importante para suscribir un acuerdo que prácticamente elimine las barreras comerciales con una nación industrializada como es Estados Unidos, es contar con una industria nacional fuerte y competitiva que al momento de eliminar dichas trabas al comercio pueda efectivamente desarrollarse y ampliarse tanto a nivel nacional como internacional, manteniendo fiel al consumidor local y promoviendo el crecimiento óptimo del país.
- La industria textil ecuatoriana tiene varios retos, uno de ellos es comenzar a invertir en tecnificarse y desarrollarse de tal manera que su producto final pueda competir con el extranjero y captar a un mercado potencial que, según se pudo observar, se rige por la calidad de la ropa.
- Para estudios o referencias en años posteriores es necesario actualizar la información de los indicadores presentados.
- Este estudio es una herramienta que contribuye a la búsqueda de respuestas a la pregunta de si es necesario o no un acuerdo comercial con uno de nuestros socios comerciales importantes (Estados Unidos). Aparte de ello sienta las bases para estudios similares en otra locación y por supuesto en un mercado diferente al textil.

## ANEXO A

### MODELO DE ENCUESTA A CONSUMIDORES

1. ¿Es usted consumidor, o compra ropa deportiva? (SI ES **NO** TERMINE LA ENCUESTA)

SI	
NO	

2. ¿Conoce la procedencia de la ropa deportiva que usted usualmente compra? (SI **NO COINCIDE CON EEUU PASE A PREGUNTA 4**)

Estados Unidos	
China	
Colombia	
Ecuador	
Otro (Especifique)	

3. ¿Cuál podría ser el motivo por el cual usted prefiere la ropa deportiva proveniente de los Estados Unidos?

Precio	
Calidad	
Reputación	
Marca o Marcas	
Otro (Especifique)	

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

4. ¿Cuál es el motivo por el cuál compra ropa deportiva de un país extranjero?

Precio	
Calidad	
Reputación	
Marca o Marcas	
No está al tanto de lo que produce el país	
Otro (Especifique)	

5. ¿Qué tipo de mercancía compra?

<b>Mercancía</b>	<b>1 a 2 veces</b>	<b>3 a 5 veces</b>	<b>Más de 5 veces</b>
Camisetas			
Chompas			
Pantalones			
Pantalones Cortos			
Conjuntos			
Zapatos			

6. ¿Cuál es el aproximado anual de sus compras en el año 2014 (USD) de ropa deportiva?

0-50	
50-100	
100-500	
500-1000	
1000-5000	

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

7. Si existiera un tratado de libre comercio con los Estados Unidos de Norteamérica, y por efecto de reducción de aranceles, por tanto libre ingreso de ropa deportiva como producto de consumo, hubiera una reducción del 35% del precio por importar el producto. ¿Estaría dispuesto a comprar ropa deportiva proveniente de los Estados Unidos?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
Poco de acuerdo	
Completamente en desacuerdo	

8. ¿Conoce usted marcas de ropa deportiva producidas en el Ecuador? (SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA PASE A LA ÚLTIMA PREGUNTA)

SI	
NO	

9. ¿Qué opina sobre la ropa deportiva ecuatoriana?

.....

.....

.....

10. ¿Qué opina sobre la ropa deportiva de Estados Unidos?

.....

.....

.....

## ANEXO B

### MODELO DE ENCUESTA A COMERCIANTES

1. ¿Su establecimiento vende ropa deportiva? (SI ES NO TERMINE LA ENCUESTA)

SI	
NO	

2. ¿Qué tipo de mercancía vende?

Camisetas	
Chompas	
Pantalones	
Pantalones Cortos	
Conjuntos	
Zapatos	

3. ¿De qué lugar usted trae su mercancía? (SI NO COINDICE CON **EEUU** PASE A LA PREGUNTA 6)

Estados Unidos	
China	
Colombia	
Ecuador	
Otro (Especifique)	

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

4. ¿Tiene diferenciada la ropa de Estados Unidos en cuenta a sus ventas?

SI	
NO	

5. ¿Cuál es el aproximado anual de sus ventas en el año 2014 (USD) de ropa deportiva de Estados Unidos?

0-500	
500-1000	
1000-2000	
2000-5000	
5000-10000	

6. ¿Cuál es el motivo por el que usted no comercializa ropa deportiva proveniente de Estados Unidos en su establecimiento?

Precio	
Desconocimiento del producto	
Calidad	
Otros (Especifique)	

7. Si existiera un tratado de libre comercio con los Estados Unidos de Norteamérica, y por efecto de reducción de aranceles, por tanto libre ingreso de ropa deportiva como producto de consumo, hubiera una reducción del 35% del precio por importar el producto. ¿Estaría dispuesto a comerciar con ropa deportiva proveniente de los Estados Unidos?

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
Poco de acuerdo	
Completamente en desacuerdo	

8. ¿Conoce usted marcas de ropa deportiva producidas en el Ecuador? (SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA PASE A LA ÚLTIMA PREGUNTA)

SI	
NO	

9. ¿Qué opina sobre la ropa deportiva ecuatoriana?

-----  
-----  
-----

10. ¿Qué opina sobre la ropa deportiva de Estados Unidos?

-----  
-----  
-----

## ANEXO C

### MODELO DE ENTREVISTA AL EXPERTO

1. Introducción
2. ¿La materia prima que ustedes utilizan es nacional o importada?
3. ¿Cuáles son las características que usted toma en cuenta en un consumidor local de ropa deportiva?
4. ¿Tiene identificado al consumidor de la ciudad de Quito en cuanto a las zonas, es decir los diferentes nichos de mercado?
5. Si existiera un tratado de libre comercio entre Ecuador con los Estado Unidos. ¿Considera usted una amenaza, a los productos provenientes de ese país, al ver una reducción en sus precios?
6. A su criterio, de darse esta situación. ¿Cree usted que la industria ecuatoriana que produce ropa deportiva puede ser competitiva en términos de calidad y precio con la industria estadounidense?
7. ¿Cuál es la percepción que usted tiene en cuanto al volumen de ventas en Carcelén y el norte de Quito en general? ¿Se vende más? ¿Se vende menos que en otras zonas de la ciudad?
8. ¿Considera usted pertinente un tratado de libre comercio con Estados Unidos o un tratado parcial para ciertos productos?

## BIBLIOGRAFIA

- Arellano, R. (2002). Comportamiento del Consumidor: Enfoque América Latina. México D.F.: McGraw-Hill
- Banco Central de Colombia. (2013). Balanza comercial. Recuperado de <http://www.banrep.gov.co/es/balanza-comercial>
- Banco Central del Ecuador. Consulta de totales por Nandina-País, 2015. Quito: BCE. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/comercioExterior/comercio/consultaTotXNandinaPaisConGrafico.jsp>
- Banco Central del Ecuador. (2014). En 2014 la economía ecuatoriana creció en 3.8%, es decir 3.5 veces más que el crecimiento promedio de América Latina que alcanzó 1.1%. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/782-en-2014-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creci%C3%B3-en-38-es-decir-35-veces-m%C3%A1s-que-el-crecimiento-promedio-de-am%C3%A9rica-latina-que-alcanz%C3%B3-11>
- Banco Central del Ecuador. (2009). Evolución de balanza comercial. Recuperado de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201002.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2012). Evolución de balanza comercial. Recuperado de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201302.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2014). Evolución de balanza comercial. Recuperado de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201502.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2015). Inversión Extranjera Directa. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/298-inversi%C3%B3n-extranjera-directa>
- Cable News Network. (2014, ene. 01). 10 cifras relevantes tras el TLCAN. CNNExpansión. Recuperado de <http://www.cnnexpansion.com/economia/2014/01/01/diez-cifras-del-tlcan>
- Chocarro, D. Escuín, D. Fraile, A. Gallego, J. Herrando, J.L. Medrano, J... y Manotas, L.A. (2014). Diccionario LID: Logística y Transporte. Colombia: LID Editorial
- Club Buzzom. (2015). Calculadora. Recuperado de <http://www.clubbuzzom.com/pages/calcular/calcular.php>

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

- Comercio Exterior. (2012). Guía del Importador. Quito: ComercioExterior.com.ec.  
Recuperado de [http://www.comercioexterior.com.ec/es/sites/default/files/INSTRUCTIVO%20GENERAL%20DEL%20IMPORTADOR\\_0.pdf](http://www.comercioexterior.com.ec/es/sites/default/files/INSTRUCTIVO%20GENERAL%20DEL%20IMPORTADOR_0.pdf)
- Correa, J. y González, F. (2014, may. 10). Luces y sombras en dos años de TLC con EE.UU. El Tiempo. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/dos-anos-del-tlc-con-estados-unidos-/13972131>
- Correa, R. Glas, J. Muñoz, P. Vaca, C. Long, G. Arellano, H... y Larrea, A.M. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013-1017. Quito: Senplades
- Cuellar, C. (2009, nov. 29). Los “Acuerdos Comerciales” entre países, ¿Cómo funcionan? y, ¿Cuáles son sus ventajas? Asesoramiento en Comercio Exterior: Consultoría On Line. Recuperado de <https://asesoramientocomex.wordpress.com/2009/11/29/los-acuerdos-comerciales-entre-paises-¿que-son-y-para-que-sirven/>
- Dirección de Monitoreo Atmosférico. (2015). Índice de calidad del aire Ciudad de México. México D.F: SEDEMA. Recuperado de <http://www.aire.df.gob.mx/default.php>
- Dirección de Monitoreo Atmosférico. (2015). Índice de calidad del aire Ciudad de México. México D.F: SEDEMA. Recuperado de <http://www.aire.df.gob.mx/default.php?opc=%27ZaBhnmI=&dc=%27Zw==>
- El Banco Mundial (2015) "Acuerdos comerciales regionales". Recuperado de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/region\\_s/rta\\_pta\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/rta_pta_s.htm)
- El Banco Mundial. Consulta de datos coyunturales de: Canadá, México y Estados Unidos., 2015. Washington D.C.: BM. Recuperado de <http://datos.bancomundial.org/pais/canada>
- El Banco Mundial. (2016). Datos de libre acceso del Banco Mundial. Recuperado de <http://datos.bancomundial.org/>
- El Banco Mundial. (2015). Desaceleración en América Latina ejerce presión sobre puestos de trabajo e ingreso familiar. Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2015/10/06/world-bank-latin-america-s-slowdown-puts-pressure-on-jobs-and-household-incomes>
- El Comercio. (2015). Ecuador respeta tratados de propiedad y adelanta normativa contra piratería. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-reaccion-informe-pirateria-eeuu.html>
- El Telégrafo. (2015). Inversión extranjera en Ecuador creció 6% en 2014, según Cepal. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/inversion-extranjera-en-ecuador-crecio-6-en-2014-segun-cepal.html>
- El Tiempo. (2014). Colombianos, novenos a los que más les rinde el ingreso en A. Latina. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/consumo-de-los-hogares-colombianos-por-persona/13977126>

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

- El Tiempo. (2015). El déficit comercial alza el vuelo. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/importaciones-y-exportaciones-en-colombia/15445679>
- El Universo. (2015). Ecuador aplicará salvaguardias al 32 % de sus importaciones durante 15 meses. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/06/nota/4627241/ecuador-aplicara-salvaguardias-32-sus-importaciones-durante-15>
- El Universo. (2015). Salario básico unificado del 2015 será de \$ 354; un alza de \$ 14. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/30/nota/4388021/salario-basico-unificado-2015-sera-354-alza-14>
- Enríquez, C. (2015, jun. 29). Obama dio luz verde a la extensión del SGP. El Comercio. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/barackobama-preferencias-aranceles-exportaciones-ecuador.html>
- Enriquez, C. y Maldonado, P. (2015, abr. 19). Ecuador tiene tarea pendiente en lo comercial con EE.UU. Revista Líderes. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-acuerdocomercial-eeuu-exportaciones.html>
- Feenstra, R.C. y Taylor, A.M. (2011). Comercio Internacional. New York: W.H. Freedman and Company
- Ferré, J.M. Robinat, J.R. Trigo, G. y Plans, J.I. (s.f.). Enciclopedia de Marketing y Ventas. Barcelona: Editorial Océano
- Forbes Staff. (2014, feb. 11). TLCAN: 20 años de comercio en cifras. Forbes México. Recuperado de <http://www.forbes.com.mx/tlcan-20-anos-de-comercio-en-cifras/>
- García, C. (2013). Elementos de Comercio Exterior. México D.F.: Editorial Trillas
- González, F. (2014). El país, tercero en expansión económica, pero depende de exportaciones. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/crecimiento-economico-de-colombia-/14342526>
- Grupo Océano. (2004). Océano Uno Color: Diccionario Enciclopédico. Barcelona: Autor
- Hill, C.W. (2011). Negocios Internacionales: Competencia en el Mercado Global. New York: McGraw-Hill
- IDE Business School Universidad de los Hemisferios. (2004). Impacto del consumo en la economía. Quito: IDE. Recuperado de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-agosto-2004/836-el-consumo-en-ecuador-indicadores-exclusiv>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Estados Unidos Ficha Técnica País, 2015. Quito: PRO Ecuador. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec\\_ft2015\\_ee-uu/](http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ft2015_ee-uu/)

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2014). Informe de rendición de cuentas 2014. Recuperado de [http://gaceta.propiedadintelectual.gob.ec:8180/Comunicacion\\_libro/RendicionCuentas/](http://gaceta.propiedadintelectual.gob.ec:8180/Comunicacion_libro/RendicionCuentas/)
- Kartox. (2015). Caja para zapatos. Recuperado de <http://kartox.com/cajas-para-zapatos>
- Lafuente, J. (2015). El Gobierno y las FARC se dan seis meses para firmar la paz en Colombia. Recuperado de [http://internacional.elpais.com/internacional/2015/09/23/actualidad/1443034878\\_643790.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2015/09/23/actualidad/1443034878_643790.html)
- Lambin, J.J. (1995). Marketing Estratégico. Paris: Ediscience International
- Lambin, J.J. Gallucci, C. y Sicurello, C. (2008). Dirección de Marketing: Gestión Estratégica y Operativa del Mercado. México D.F.: McGraw-Hill
- Leroy, R. y Meiners, R. (s.f.). Microeconomía: Tercera Edición. México D.F.: McGraw-Hill
- Llumipanta, C y Ortega, V. (2013). Diseño de un sistema de procedimientos administrativos, financieros y contables para el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las actividades de importación y exportación de mercaderías en el Ecuador, tesis de pregrado. Recuperada de UPS (QT03767)
- Location World. (2014). Gasto Familiar mensual: USD 734. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idart=3108>
- Ministerio de Comercio, Industria, y Turismo República de Colombia. (2011). ABC del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=637>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2015). Colombia se ubica como el nuevo líder regional en el índice Doing Business de facilidad para hacer negocios del Banco Mundial. Recuperado de <http://www.minhacienda.gov.co/HomeMinhacienda/saladeprensa/HistoricoNoticias/2014/10282014-colombia-nuevo-lider-regional-doing-bussines>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia. (2015). Texto Final del Acuerdo. Bogotá: MinComercio, Industria y Turismo. Recuperado de <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=727>
- Morejón, K. (2015). La estabilidad política de Ecuador atrae las inversiones extranjeras. Recuperado de <http://www.elciudadano.gob.ec/la-estabilidad-politica-de-ecuador-atrae-las-inversiones-extranjeras/>
- Niño, D. (2015). La industria en recesión y julio el peor mes del año en comercio exterior. Recuperado de <http://www.dinero.com/economia/articulo/analisis-sobre-dato-crecimiento-del-pib-colombia-del-segundo-trimestre-2015/213325>
- Office of the United States Trade Representative. (2015). U.S. Generalized System of Preferences Guidebook. Washington D.C.: Executive Office of the President.

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

- Office of the United States Trade Representative. (2015). U.S. Generalized System of Preferences (GSP). Washington D.C.: Executive Office of the President. Recuperado de <https://ustr.gov/issue-areas/trade-development/preference-programs/generalized-system-preference-gsp>
- Paz, K y Torres, M. (s.f). Tamaño de la muestra para una investigación de mercado. Recuperado de [http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL\\_02\\_BAS02.pdf](http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_02_BAS02.pdf)
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador. David Ricardo: Ventajas comparativas, 2015. Quito: EFI. Recuperado de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/2-uncategorised/91-david-ricardo-ventajas-comparativas>
- Portafolio. (2006). Inversión extranjera en Colombia creció 227 por ciento en el 2005. Recuperado de [http://www.portafolio.co/detalle\\_archivo/MAM-2011419](http://www.portafolio.co/detalle_archivo/MAM-2011419)
- Rojas, S. (2015). ¿Cómo está el panorama de las importaciones en Colombia? Recuperado de <http://www.portafolio.co/economia/importaciones-colombia-febrero-2015>
- Searates. (2015). Load calculator. Recuperado de <https://www.searates.com/reference/stuffing>
- Senderoweb. (2015) ¿Cómo se calculan los impuestos de los bienes tributables? Loja: Senderoweb. Recuperado de <http://www.senderoweb.com/senderoweb/index.php/10-artmod4/55-como-se-calculan-los-impuestos-de-los-bienes-tributables>
- Servicio de Rentas Internas. (2015). IVA: Hecho generador y tarifas. Quito: SRI. Recuperado de <http://www.sri.gob.ec/de/hecho-generador-y-tarifas>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2015). Arancel Nacional. Quito: SENA. Recuperado de <http://sice1.aduana.gob.ec/aduana/arancel/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2015). Ecuapass. Quito: SENA. Recuperado de [http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt\\_server/ipt\\_flex/ipt\\_arancel.jsp](http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt_server/ipt_flex/ipt_arancel.jsp)
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2015). Para Importar. Quito: SENA. Recuperado de [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2015). Recordatorio: Tarifario que regula los honorarios mínimos para los agentes de aduana y factura de honorarios. Quito: SENA. Recuperado de [http://www.aduana.gob.ec/contents/nov/news\\_letters\\_view.jsp?pg=1&anio=2015&codigo=363&proceso=&estado=&boletinNum=&ano=&desc=honorarios&fromFecha=&toFecha=](http://www.aduana.gob.ec/contents/nov/news_letters_view.jsp?pg=1&anio=2015&codigo=363&proceso=&estado=&boletinNum=&ano=&desc=honorarios&fromFecha=&toFecha=)
- Sinmiedos. (2013). Como calcular el décimo cuarto sueldo en Ecuador. Recuperado de <http://sinmiedosec.com/como-calculiar-el-decimo-cuarto-sueldo-en-ecuador/>
- Sinmiedos. (2013). Como calcular el décimo tercer sueldo en Ecuador. Recuperado de <http://www.smsecuador.ec/como-se-calcula-el-decimo-tercer-sueldo/>

“ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL TRATADO COMERCIAL CON ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA Y LA TENDENCIA DE CONSUMO DE ROPA DEPORTIVA EN CARCELEN, QUITO, AÑO 2014”

- The Global Economy. (2016). Ranking de países con datos de fuentes oficiales. Recuperado de <http://es.theglobaleconomy.com/>
- Uribe, A. (s.f.). Tratado de libre comercio Colombia-Estados Unidos Resumen. Recuperado de [www.sice.oas.org/TPD/AND\\_USA/Studies/COLResumen\\_s.pdf](http://www.sice.oas.org/TPD/AND_USA/Studies/COLResumen_s.pdf)
- World Freight Rates. (2015). Calculadora de Flete. Recuperado de <http://worldfreightrates.com/es/freight>
- "Calcular la muestra correcta". (2015). Recuperado de <http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html>
- “Ecuador uno de los países de América Latina en que más creció el acceso al internet en los últimos tres años”. (2016). Recuperado de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-uno-paises-america-latina-mas-crecio-acceso-internet-ultimos-tres-anos.html>
- “Importancia de internet en la sociedad actual”. (2012). Recuperado de <http://importanciaint.blogspot.com/>
- "Information on Ecuador". (2015). Recuperado de [http://www.sice.oas.org/ctyindex/EQU/EQUAgreements\\_e.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/EQU/EQUAgreements_e.asp)
- "Information on United States of America". (2015). Recuperado de [http://www.sice.oas.org/ctyindex/USA/USAAgreements\\_e.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/USA/USAAgreements_e.asp)
- “Inversión Extranjera Directa, Talón de Aquiles de Ecuador”. (2015). Recuperado de <http://www.profitas.com/blog/?p=3651>
- "Preguntas frecuentes sobre las barreras al comercio". (2015). Recuperado de <http://www.barrerascomerciales.es/FAQ.aspx?ver=6#6>