



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**Impacto del comercio electrónico sobre las importaciones de equipos
computacionales en Guayaquil Ecuador en el periodo 2022 al 2023.**

AUTOR:

Camargo Espinoza, Kevin Andrés

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de

LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR

TUTORA:

Ing. Ulloa Armijos, Ana del Rosario, PhD.

Guayaquil, Ecuador a los 30 días del mes de agosto de 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Camargo Espinoza, Kevin Andrés**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Comercio Exterior**.

TUTORA:

f. _____

Ing. Ulloa Armijos, Ana del Rosario, PhD.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Camargo Espinoza, Kevin Andrés

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Impacto del comercio electrónico sobre las importaciones de equipos computacionales en Guayaquil Ecuador en el periodo 2022 al 2023** previo a la obtención del título de Licenciado en Comercio Exterior, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2024

EL AUTOR:

f. _____

Camargo Espinoza, Kevin Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

AUTORIZACIÓN

Yo, Camargo Espinoza, Kevin Andrés

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Impacto del comercio electrónico sobre las importaciones de equipos computacionales en Guayaquil Ecuador en el periodo 2022 al 2023**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2024

EL AUTOR:

f. _____

Camargo Espinoza, Kevin Andrés




UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Impacto del comercio electrónico sobre las importaciones de equipos computacionales en Guayaquil Ecuador en el periodo 2022 al 2023**, presentado por el estudiante **Camargo Espinoza, Kevin Andrés**, fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al **1%**, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister


kevin.camargo

1%
Textos sospechosos

1% Similitudes
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
1% Idiomas no reconocidos
20% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: kevin.camargo.docx	Depositante: Kevin Camargo	Número de palabras: 20.695
ID del documento: 4e40f852e177fb066d36335a25e0182078ac12	Fecha de depósito: 12/8/2024	Número de caracteres: 141.385
Tamaño del documento original: 757,6 KB	Tipo de carga: un_submision	
Autor: Kevin Camargo	Fecha de fin de análisis: 16/8/2024	

Ubicación de las similitudes en el documento:



TUTORA

f. _____

Ing. Ulloa Armijos, Ana del Rosario, PhD.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a mis padres por su paciencia y sobre todo su apoyo a lo largo de todo este proceso. A mi esposa por su apoyo y consejos que fueron fundamentales para lograr este objetivo.

Agradezco también a mi tutora de tesis por su invaluable guía, paciencia y sabiduría.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Kevin Andrés Camargo Espinoza', written in a cursive style.

Camargo Espinoza, Kevin Andrés

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, Cynthia Espinoza y Fabrizio Camargo. Este logro es tan suyo como mío, a mi esposa Samantha Gonzalez por darme fuerzas para no desistir.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Kevin Andrés Camargo Espinoza', written in a cursive style.

Camargo Espinoza, Kevin Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Ulloa Armijos, Ana del Rosario, PhD.

TUTOR

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

DIRECTORA DE CARRERA

Ing. Rodriguez Bustos, Andrea Johana, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA

Ing. Echeverria Bucheli, Monica Patricia, Mgs.

OPONENTE

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	2
Capítulo I: Generalidades del trabajo	4
<i>Antecedentes</i>	4
<i>Justificación</i>	5
<i>Planteamiento del problema</i>	7
<i>Formulación del Problema</i>	9
<i>Preguntas de Investigación</i>	9
<i>Objetivos</i>	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos	10
<i>Delimitación del Tema</i>	10
<i>Limitaciones del Trabajo</i>	11
Capítulo II: Marco teórico, conceptual y metodológico.....	12
<i>Marco Teórico</i>	12
Teorías Clásicas	12
Teorías Neoclásicas	15
<i>Marco conceptual</i>	23
<i>Marco metodológico</i>	25
Método	25
Tipo de Estudio	25
Enfoque del Proyecto	26

Fuentes de Información.....	26
Técnicas de Recolección y Análisis de Datos.....	26
Procedimiento	26
Población, Muestra y Muestreo	27
Variables	28
Resultados de la encuesta.....	30
Análisis PESTEL de productos tecnológicos.....	42
Político	42
Económico	43
Social	46
Tecnológico.....	47
Ecológico	47
Legal	48
Capítulo III: Referencial	50
Impacto a nivel mundial	50
Crecimiento y Desafíos del Comercio Global en 2023.....	50
Impacto en las Importaciones de Computadoras a nivel mundial	50
Factores que Afectan el Comercio Global	50
Factores a nivel latinoamericano	52
Impacto Latinoamericano de la importación y exportación de computadoras	52
Indicadores en el Ecuador	53
Valor del mercado de comercio electrónico en el sector de computación.....	56

Crecimiento anual compuesto del mercado (CAGR)	56
Proporción del comercio electrónico en el mercado total de computación	57
Importaciones de equipos computacionales	57
Tendencia de crecimiento de las importaciones	58
Impacto del COVID-19 en el comercio electrónico	58
CAPITULO IV: Propuesta.....	59
Objetivo	59
Fases de la propuesta	60
Diagrama de Gantt	64
CONCLUSIONES.....	65
REFERENCIAS.....	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables	29
Tabla 2. Lista de las empresas importadoras en Ecuador para categoría de producto: Ordenadores, periféricos y software.....	53
Tabla 3. Fase 1: Empresa con Representante Legal.....	60
Tabla 4. Fase 2: Registro en la Superintendencia de Compañía	60
Tabla 5. Fase 3: Contacto con Proveedor y Embajada o Consulado de Ecuador en China	60
Tabla 6. Fase 4: Trámites Aduaneros.....	61
Tabla 7. Fase 5: Impuestos	61
Tabla 8. Fase 6: Sitio Web de la Plataforma como Intermediario	61
Tabla 9. Fase 7: Tipos de Cambio de Divisas - Entre Países	62
Tabla 10. Fase 8: SWIFT-Financiero.....	62
Tabla 11. Fase 9: Logística Segura entre Aduana y la Empresa que Recibe	63
Tabla 12. Fase 10: Recepción de Mercadería de la Empresa	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución por género	30
Figura 2. Cargo que desempeña en la empresa	31
Figura 3. Importaciones de laptops	31
Figura 4. Tiempo de la empresa en el mercado ecuatoriano.....	32
Figura 5. Usan plataformas de ecommerce internacionales.....	32
Figura 6. Compras de laptops mediante el comercio electrónico	33
Figura 7. Solicitudes de importaciones de comercio electrónico de computadoras.....	34
Figura 8. Adquisición de laptops a través del comercio electrónico.....	34
Figura 9. Comprar laptops mediante e-commerce	35
Figura 10. Plataformas utilizadas para la importación de laptops.....	36
Figura 11. Beneficios de usar e-commerce para la importación de laptops	36
Figura 12. Costo de importación de laptops gracias a e-commerce	37
Figura 13. Relación con los proveedores de laptops a través del comercio electrónico	38
Figura 14. Dificultades al utilizar e-commerce en la importación de laptops	38
Figura 15. Importancia del e-commerce para el futuro de la empresa en importación de laptops.....	39
Figura 16. Conoce estrategias digitales aplicables en la importación de laptops.....	39
Figura 17. Tiempo de implementación del comercio electrónico para la venta de laptops	40
Figura 18. Porcentaje de ventas totales de laptops.....	41
Figura 19. Porcentaje de aumento de las ventas de laptops desde el uso de e-commerce.....	41
Figura 20. Plan Estratégico para Importación de Equipos Computacionales	64

RESUMEN

El objetivo principal de este estudio es determinar el impacto del comercio electrónico en las importaciones de equipos computacionales realizadas por las empresas del sector tecnológico en Guayaquil, Ecuador, durante el periodo 2022-2023, mediante un análisis de datos. La metodología empleada sigue un enfoque cuantitativo, utilizando técnicas de recolección de datos como encuestas dirigidas a empresas del sector tecnológico y análisis documental de fuentes secundarias. A través de un diseño no experimental, se buscó identificar patrones y tendencias que permitan comprender la relación entre el comercio electrónico y las dinámicas de importación de productos tecnológicos. Las principales conclusiones indican que el comercio electrónico ha facilitado el acceso a una mayor variedad de productos y proveedores, mejorando la eficiencia operativa de las empresas y reduciendo los costos de importación en ciertos casos. No obstante, se identificaron desafíos, como retrasos en la entrega y complicaciones logísticas, que limitan el pleno aprovechamiento de esta modalidad de comercio.

Palabras Clave: Comercio electrónico, importaciones tecnológicas, Guayaquil, equipos computacionales, dinámica comercial.

ABSTRACT

The main objective of this study is to determine the impact of e-commerce on the importation of computer equipment by technology sector companies in Guayaquil, Ecuador, during the period 2022-2023, through data analysis. The methodology employed follows a quantitative approach, utilizing data collection techniques such as surveys directed at companies in the technology sector and documentary analysis of secondary sources. Through a non-experimental design, the study sought to identify patterns and trends that help understand the relationship between e-commerce and the dynamics of importing technological products. The main conclusions indicate that e-commerce has facilitated access to a greater variety of products and suppliers, improving operational efficiency for companies and reducing import costs in certain cases. However, challenges were also identified, such as delivery delays and logistical complications, which limit the full potential of this trading modality.

Keywords: E-commerce, technological imports, Guayaquil, computer equipment, commercial dynamics.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio se centra en analizar el impacto del comercio electrónico sobre las importaciones de equipos computacionales en Guayaquil, Ecuador, durante el período 2022-2023. Este tema es de particular relevancia debido al crecimiento sostenido del comercio electrónico en el país, una tendencia acelerada por la pandemia de COVID-19, la cual impulsó un cambio significativo en las prácticas de consumo, promoviendo las compras en línea como una alternativa segura y conveniente.

Por tanto, esta investigación busca comprender cómo esta modalidad de comercio ha influido en las dinámicas de importación de equipos tecnológicos, un sector clave para el desarrollo económico y tecnológico de la región. El comercio electrónico, aunque relativamente reciente en Ecuador en comparación con otros países de la región, ha mostrado un crecimiento considerable.

Además, según la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, el sector ha alcanzado una posición significativa dentro de la economía nacional, lo que subraya la importancia de estudiar sus efectos en mercados específicos como el de los equipos computacionales. De igual forma, este análisis es particularmente pertinente para empresarios, formuladores de políticas públicas y académicos interesados en el desarrollo del comercio exterior y en la optimización de las estrategias de importación y venta en un mercado globalizado.

Aparte de esto, el estudio del impacto del comercio electrónico en las importaciones de equipos computacionales permite identificar cambios en la estructura del mercado y en las preferencias de los consumidores. Así mismo, estos cambios no solo afectan la competitividad de las empresas locales, sino que también influyen en las decisiones de los importadores respecto a los productos que adquieren y las cantidades que manejan.

Por ende, comprender estas dinámicas es vital para que las empresas puedan adaptarse a las nuevas condiciones del mercado y aprovechar las oportunidades emergentes. Por otro lado, este trabajo considera la evolución del marco regulatorio en Ecuador, que ha acompañado el crecimiento del

comercio electrónico.

En este sentido, las políticas implementadas para facilitar el acceso a tecnologías digitales y mejorar la infraestructura de telecomunicaciones han sido fundamentales para el desarrollo del comercio electrónico. Este contexto regulatorio y tecnológico proporciona el marco necesario para entender cómo las importaciones de equipos computacionales se han visto afectadas y qué factores han contribuido a la tendencia observada durante los años 2022 y 2023.

A lo largo de los capítulos siguientes, se abordan varios aspectos esenciales para una comprensión integral del fenómeno. Primero, en el primer capítulo, se presentarán los antecedentes y la evolución del comercio electrónico en Ecuador, con un enfoque particular en su impacto en el sector tecnológico. Luego, se detallará el marco teórico y metodológico empleado para recolectar y analizar los datos pertinentes a esta investigación.

Finalmente, los resultados obtenidos serán discutidos a profundidad, proporcionando una base sólida para la formulación de recomendaciones prácticas dirigidas a optimizar las políticas comerciales y fomentar un desarrollo más inclusivo y competitivo en el ámbito tecnológico ecuatoriano. Con este enfoque, el estudio pretende ofrecer un aporte significativo al conocimiento existente sobre el comercio electrónico y su relación con las importaciones en Ecuador, destacando las oportunidades y desafíos que este sector representa para la economía nacional.

Capítulo I: Generalidades del trabajo

Antecedentes

El comercio electrónico, aunque no tiene una fecha exacta de creación, surgió de la necesidad de las personas de satisfacer sus demandas de consumo de manera más eficiente. Se puede rastrear su origen hasta la venta por catálogo en Estados Unidos, que se realizaba mediante llamadas telefónicas. En la década de 1960, este país implementó el primer intercambio de datos electrónicos conocido como Electronic Data Interchange EDI, lo que permitió a las empresas llevar a cabo transacciones electrónicas y el intercambio de datos de manera más fluida.

El comercio electrónico evolucionó significativamente con la aparición de las televentas, un método en el cual los productos se presentaban en televisión y los clientes podían adquirirlos a través de llamadas telefónicas utilizando tarjetas de crédito. Esta forma de comercio marcó una transición hacia métodos más modernos y accesibles de compra y venta.

Con la creación de la World Wide Web WWW en la década de 1990, el comercio electrónico experimentó una transformación radical, permitiendo a las empresas comercializadoras vender sus productos y servicios a través de sitios web. Esta innovación facilitó una plataforma global para el comercio, ampliando el alcance de los mercados y mejorando la conveniencia para los consumidores.

En el contexto ecuatoriano, el comercio electrónico no ha alcanzado el mismo nivel de éxito que en otros países de América Latina, pero ha mostrado un crecimiento sostenido. Este desarrollo está vinculado al incremento del acceso a internet y a la proliferación de dispositivos tecnológicos en el país. La Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico reporta que el comercio electrónico en Ecuador genera alrededor de 540 millones de dólares anuales, una cifra que, aunque baja en comparación con otros países de la región, indica un notable crecimiento.

Específicamente, el impacto del comercio electrónico en las importaciones del sector tecnológico en Ecuador durante los años 2022-2023

es un fenómeno de relevancia creciente. Este periodo ha visto una marcada tendencia en el aumento de la adquisición de productos tecnológicos como celulares y laptops a través de plataformas de comercio electrónico. La pandemia de COVID-19 aceleró este proceso, forzando a los consumidores a adaptarse a nuevas formas de compra debido a las restricciones de movilidad y la necesidad de mantener el distanciamiento social.

En términos de importaciones, Ecuador ha experimentado un aumento significativo en la entrada de productos tecnológicos, impulsado por la demanda creciente de estos dispositivos. Este incremento se debe en parte a la mayor confianza de los consumidores en las compras en línea y a la expansión de las plataformas de comercio electrónico que ofrecen estos productos. Además, políticas gubernamentales enfocadas en mejorar la conectividad y reducir las barreras arancelarias han facilitado este crecimiento.

El contexto del comercio electrónico en Ecuador, particularmente en el sector tecnológico, ha estado marcado por un crecimiento sostenido impulsado por la mejora en el acceso a internet y la adopción de tecnologías digitales. La evolución de este sector en los años 2022-2023 muestra una tendencia positiva que promete continuar expandiéndose, transformando la manera en que los ecuatorianos adquieren productos tecnológicos y afectando directamente las dinámicas de importación en el país.

Justificación

El desarrollo del presente tema reviste una importancia significativa por diversos motivos, ya que resulta de interés para múltiples actores, incluidos investigadores académicos, profesionales del comercio exterior, empresarios del sector tecnológico, formuladores de políticas públicas y consumidores. En primer lugar, los empresarios y comerciantes podrán identificar tendencias y oportunidades en el mercado de comercio electrónico, optimizando sus estrategias de importación y venta de productos tecnológicos.

Además, los formuladores de políticas públicas obtendrán datos relevantes para diseñar estrategias que fomenten el desarrollo del comercio electrónico y la mejora de la infraestructura tecnológica. Por otra parte, los

consumidores, aunque de manera indirecta, se beneficiarán al tener acceso a una mayor diversidad de productos tecnológicos y a mejores precios debido a la optimización de las cadenas de suministro y la competencia en el mercado.

Desde una perspectiva económica, este estudio contribuye a comprender cómo el comercio electrónico puede influir en la balanza comercial de Ecuador, optimizando las estrategias de importación y fomentando el desarrollo económico. En términos sociales, el acceso a productos tecnológicos a través del comercio electrónico puede reducir las brechas digitales y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos al proporcionarles herramientas para la educación y el trabajo. Desde el punto de vista ambiental, el análisis puede promover prácticas sostenibles en la logística y distribución de productos tecnológicos.

Este trabajo se enmarca bajo varios objetivos del Plan Nacional de Desarrollo de Ecuador, especialmente en lo que respecta al eje de "Desarrollo Económico Sostenible e Inclusivo", ya que analizar el impacto del comercio electrónico ayuda a identificar áreas de mejora en la cadena de suministro y en la política de importaciones, aumentando la competitividad del sector tecnológico. Además, resalta la importancia del acceso a productos tecnológicos mediante plataformas de comercio electrónico, impulsando la adopción de nuevas tecnologías.

Este estudio ayudará a identificar cuáles son los sectores del Ecuador, que se pueden ver beneficiados gracias al comercio electrónico. En este caso es el sector terciario el cual se basa en la prestación de servicios a empresas o a la población mediante el uso de recursos humanos, tecnológicos y financieros.

Al facilitar el acceso a dispositivos tecnológicos, el comercio electrónico contribuye a reducir la brecha digital y promueve la inclusión social. Asimismo, la relevancia social y económica de este estudio es evidente, ya que sugiere formas de mejorar la infraestructura de comercio electrónico, lo que puede conducir a un desarrollo económico más equilibrado y a la creación de oportunidades para todos los sectores de la sociedad.

De igual forma, este trabajo se alinea con la línea de investigación de

"Comercio Internacional y Desarrollo Económico" de la carrera de Comercio Exterior de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Mientras que, la relevancia científica y metodológica de este estudio radica en su capacidad para generar conocimiento aplicado, ofreciendo un análisis detallado del impacto del comercio electrónico en las importaciones del sector tecnológico y proporcionando datos valiosos que pueden ser utilizados para mejorar prácticas comerciales y políticas públicas.

Adicionalmente, el estudio emplea metodologías innovadoras para evaluar el impacto económico y social del comercio electrónico, lo que puede servir de referencia para futuras investigaciones en el campo del comercio exterior. Los hallazgos de este trabajo contribuirán a la literatura existente sobre comercio electrónico y su impacto en economías en desarrollo, promoviendo así el avance del conocimiento en este campo.

Por tal motivo, este trabajo es relevante no solo por sus implicaciones económicas y sociales, sino también por su contribución al desarrollo de metodologías de investigación en el ámbito del comercio exterior. La alineación con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo y con las líneas de investigación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil refuerza la importancia de este estudio en el contexto ecuatoriano.

Planteamiento del problema

El comercio electrónico ha transformado significativamente las transacciones comerciales a nivel mundial, y Ecuador no es la excepción. A pesar de los avances en infraestructura tecnológica y el aumento del acceso a internet, el impacto del comercio electrónico en las importaciones del sector tecnológico ecuatoriano aún no se comprende completamente. Durante los años 2022 y 2023, se ha observado un aumento en la adquisición de productos tecnológicos como computadoras a través de plataformas de comercio electrónico, lo cual plantea diversas interrogantes sobre cómo este fenómeno está afectando las dinámicas comerciales del país.

En el contexto ecuatoriano, el comercio electrónico ha mostrado un crecimiento sostenido. Este crecimiento ha sido impulsado, en parte, por las restricciones impuestas durante la pandemia de COVID-19, que obligaron a

los consumidores a adoptar nuevas formas de compra debido a las limitaciones de movilidad y la necesidad de mantener el distanciamiento social. Según la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, el comercio electrónico en Ecuador genera aproximadamente 540 millones de dólares americanos anuales. Aunque esta cifra es modesta en comparación con otros países de América Latina, evidencia un notable crecimiento reciente.

El principal problema que se aborda en esta investigación es la falta de claridad sobre cómo el incremento del comercio electrónico está influyendo en las importaciones del sector tecnológico en Ecuador. En particular, se plantea analizar la relación entre el aumento del comercio electrónico y las importaciones de productos tecnológicos, enfocándose en computadoras. La falta de información precisa sobre cómo el comercio electrónico está cambiando las dinámicas de importación y cómo esto afecta a los diferentes actores del sector tecnológico en el país constituye el núcleo de este problema.

Las causas de esta problemática son diversas y complejas. Por un lado, la infraestructura tecnológica en Ecuador aún presenta limitaciones significativas, lo que dificulta una adopción más amplia y eficiente del comercio electrónico. Por otro lado, la ausencia de políticas públicas robustas que fomenten el desarrollo del comercio electrónico y faciliten las importaciones tecnológicas agrava esta situación. Además, el comportamiento del consumidor ecuatoriano, que todavía se encuentra en proceso de adaptación a las compras en línea, añade otra dimensión de complejidad al problema.

El efecto principal de estas causas es una subutilización del potencial del comercio electrónico para impulsar el desarrollo económico del sector tecnológico en Ecuador. Como resultado, el país enfrenta una menor competitividad en comparación con otros países de la región. Además, la carencia de datos precisos y análisis detallados sobre esta relación impide la formulación de políticas y estrategias efectivas para mejorar la situación actual.

Para abordar este problema, la investigación se centrará en

computadoras. Este producto representa una parte significativa del mercado tecnológico y son esenciales para el desarrollo de diversas actividades económicas y sociales. Al focalizar el estudio en este producto, se espera obtener resultados específicos y aplicables que contribuyan a una mejor comprensión y gestión del comercio electrónico en el contexto de las importaciones tecnológicas.

Es así como la investigación sobre el impacto del comercio electrónico en las importaciones del sector tecnológico en Ecuador es importante para entender las dinámicas actuales y futuras del comercio en el país. Al centrarse en un producto clave como las computadoras, se busca proporcionar información valiosa que pueda ayudar a mejorar las estrategias comerciales y las políticas públicas, promoviendo así un desarrollo económico más inclusivo y competitivo en el ámbito tecnológico.

Formulación del Problema

¿Cuál es el impacto del comercio electrónico en las importaciones de productos tecnológicos en Ecuador durante los años 2022 y 2023?

Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el marco teórico, conceptual y metodológico aplicable para el comercio electrónico de productos sobre las importaciones del sector tecnológico?
- ¿Cuál es la operación integral del negocio, los riesgos, oferta importable y lineamientos logísticos necesarios para la importación de productos computacionales?
- ¿Cómo ha estado el mercado internacional en los años 2022 a 2023, incluidos productos sustitutos y competencia existente en el mercado local?
- ¿Cuál es la relación entre el crecimiento del comercio electrónico y las dinámicas de importación de equipos de computación en Ecuador, las implicaciones económicas, sociales y tecnológicas?

Objetivos

Objetivo general

Determinar el impacto del comercio electrónico mediante un análisis de datos de las importaciones de equipos computacionales realizadas por parte de las empresas del sector tecnológico en Guayaquil - Ecuador en el periodo 2022 al 2023.

Objetivos específicos

- Establecer el marco teórico, conceptual y metodológico del análisis del impacto del comercio electrónico sobre las importaciones de equipos computacionales en Guayaquil Ecuador.
- Analizar la evolución cronológica del comercio electrónico de equipos computacionales en Ecuador en los años 2022-2023.
- Evaluar la relevancia que tienen las compras de productos computacionales realizadas mediante el comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.
- Explicar la relación entre el crecimiento del comercio electrónico y las dinámicas de importación de equipos de computación en Guayaquil Ecuador.

Delimitación del Tema

Este estudio se centra en analizar la influencia del comercio electrónico en las importaciones de productos tecnológicos, específicamente equipos de computación, en Ecuador durante los años 2022 y 2023. La investigación se desarrollará en la ciudad de Guayaquil, un importante centro de comercio y tecnología del país. Se abordará la identificación y análisis de las principales fuentes teóricas y empíricas relacionadas con el comercio electrónico y las importaciones de estos productos tecnológicos, caracterizando el comportamiento del comercio electrónico durante el periodo especificado y explicando la relación entre su crecimiento y las dinámicas de importación.

El estudio no desarrollará otros aspectos del comercio electrónico que no estén directamente relacionados con las importaciones de equipos de computación. Tampoco incluirá análisis de otros productos tecnológicos fuera

de este producto, ni abordará otras ciudades de Ecuador o periodos fuera de 2022-2023. Además, no se incluirán estudios de intervención o propuestas de políticas públicas más allá de las recomendaciones basadas en los hallazgos del estudio.

Limitaciones del Trabajo

La principal limitación para el desarrollo del trabajo consistió en buscar fuentes bibliográficas actualizadas, válidas y vigentes que permitan desarrollar un marco teórico y conceptual de calidad; dado que los estudios en esta área son limitados y generalmente elaborados en otros idiomas.

Capítulo II: Marco teórico, conceptual y metodológico

Para analizar del impacto del comercio electrónico sobre las importaciones de equipos computacionales en Guayaquil Ecuador para realizar una evaluación del fenómeno se presentan varias teorías:

Marco Teórico

Teorías Clásicas

La teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo

Esta teoría propone una explicación fundamental sobre cómo los países se benefician al especializarse y comercializar bienes en los que tienen un menor costo de oportunidad. Según esta teoría, desarrollada en el siglo XIX por David Ricardo, incluso si un país no es el más eficiente en la producción de un bien, aún puede beneficiar del comercio internacional si se especializa en la producción de bienes para los cuales tiene una ventaja comparativa (Riveros, 2018).

Esto significa que los países deben producir y exportar bienes que puedan producir a un costo de oportunidad relativamente más bajo en comparación con otros bienes, e importa aquellos en los que tienen un costo de oportunidad más alto. Este enfoque permite una asignación más eficiente de recursos a nivel global, maximizando así la producción y el consumo entre los países (Guevara, 2024).

La aplicación de la teoría de ventaja comparativa de Ricardo se observa en numerosos ejemplos del mundo real. Por ejemplo, consideremos el comercio entre dos países, donde uno tiene una ventaja comparativa en la producción de vino y el otro en la producción de tela. A pesar de que uno de los países podría ser capaz de producir ambos bienes de manera más eficiente, al especializarse en el bien donde su ventaja comparativa es mayor y comerciar con el otro país, ambos pueden terminar consumiendo más de ambos bienes de lo que podrían haber producido por sí mismos (Castillo, 2021).

Este principio se ha visto reflejado en el comercio agrícola de países

como Brasil, conocido por su eficiente producción de soja y café, y en la industria tecnológica de países como India, que se ha especializado en servicios de tecnología de la información. A pesar de su influencia, la teoría de la ventaja comparativa enfrenta limitaciones y críticas en el contexto de la economía moderna. Algunas de estas críticas se centran en cómo la globalización y el avance tecnológico han alterado la dinámica del comercio internacional, presentando nuevos desafíos que Ricardo no pudo haber anticipado (Paredes, 2016).

Por ejemplo, la teoría supone que los factores de producción son inmóviles entre los países, mientras que, en la actualidad, el capital y el trabajo pueden trasladarse con relativa facilidad a través de las fronteras. Además, la teoría no toma en cuenta las posibles desigualdades en el desarrollo económico que el comercio internacional puede exacerbar entre países ricos y pobres, ni los impactos ambientales del comercio desregulado. Estas limitaciones sugieren que, aunque la ventaja comparativa ofrece una base sólida para entender el comercio internacional, su aplicación debe ser considerada cuidadosamente en el marco de la economía global actual (Muñoz, 2021).

A pesar de su influencia y amplia aceptación, la teoría de la ventaja comparativa enfrenta limitaciones y críticas en el contexto de la economía moderna. Una crítica importante es que la teoría presupone condiciones de comercio e intercambio idealizadas que raramente se encuentran en la práctica, como mercados perfectamente competitivos y la ausencia de barreras comerciales.

Además, la teoría no toma en cuenta cómo la distribución de los beneficios del comercio puede ser desigual entre y dentro de los países, lo que puede llevar a desequilibrios económicos y sociales. Otro aspecto criticado es la simplificación de considerar solo dos países y dos productos, lo que no refleja la complejidad del comercio internacional en la economía globalizada actual (Sempere, 2022).

Impacto de las teorías de David Ricardo en las políticas comerciales internacionales modernas

La influencia de David Ricardo en la formulación de acuerdos de libre comercio y políticas económicas es significativa. Su teoría del comercio exterior proporcionó un argumento convincente a favor del libre comercio, dando forma fundamentalmente a las políticas comerciales internacionales modernas. Al analizar los supuestos teóricos de la economía clásica, las perspectivas de Ricardo ayudan a explicar los fundamentos de la formulación de políticas económicas contemporáneas (Raffo & Hernández, 2021).

Esta influencia es evidente en la adopción generalizada de acuerdos de libre comercio en todo el mundo, cuyo objetivo es reducir las barreras comerciales y mejorar la integración económica entre las naciones. Estas políticas reflejan la visión de Ricardo de una economía global interconectada, donde el libre flujo de bienes y servicios beneficie a todos los países participantes. Las influencias clave de las teorías de Ricardo en las políticas modernas comprenden el fomento de acuerdos de libre comercio, reducción de barreras comerciales y mejora de la integración económica (Crovetto & Hernán, 2018).

David Ricardo introdujo la teoría de la ventaja comparativa en 1817, postulando que incluso si un país no tiene una ventaja absoluta en la producción de ningún bien, aún puede beneficiarse al centrarse en industrias en las que tiene una eficiencia relativa. Este principio de ventaja comparativa sigue siendo muy relevante para los desafíos del comercio global actual, ya que enfatiza la importancia de la especialización y los beneficios mutuos del comercio (Díaz, Quintana, & Fierro, 2021).

El modelo sugiere que los países deberían especializarse en la producción de bienes para los cuales tengan una ventaja comparativa, maximizando así la eficiencia económica e impulsando los volúmenes del comercio global. Los aspectos críticos de la ventaja comparativa en el comercio actual comprenden el énfasis en la especialización, beneficios mutuos del comercio y la maximización de la eficiencia económica.

La crítica y adaptación de las teorías de Ricardo a los escenarios

económicos contemporáneos revelan su perdurable relevancia y la necesidad de ajustes contextuales. Si bien los modelos de Ricardo sentaron las bases para comprender la dinámica del comercio internacional, los economistas modernos se han basado y adaptado estas teorías para reflejar las complejidades de la economía global actual (Gómez, 2021).

Esta evolución subraya el papel fundamental de las teorías de Ricardo y al mismo tiempo destaca el diálogo en curso dentro del pensamiento económico para abordar los desafíos y oportunidades emergentes en el comercio internacional. Las adaptaciones y críticas en contextos modernos se incluyen la ampliación de las teorías para incluir dotaciones de factores, abordar las complejidades de la economía global y el papel fundamental en los diálogos económicos en curso.

Se observa que la teoría de Ricardo tiene perspectiva general que en la actualidad y en relación con el tema de la presente investigación de la influencia de comercio electrónico en esa época no había avance tecnológico.

Teorías Neoclásicas

Teoría ventaja comparativa de David Ricardo

La Teoría de David Ricardo, es un pilar fundamental en la economía internacional, el concepto de ventaja comparativa se fundamenta en el principio de que las diferencias en la productividad relativa entre países generan beneficios mutuos a través del comercio. Según Ricardo, los países pueden mejorar su bienestar económico al enfocarse en la producción de bienes donde tienen una menor oportunidad de costo, es decir, donde sacrifican menos producción de otros bienes. Esto no solo aumenta la eficiencia global, sino que también permite una asignación óptima de los recursos a nivel mundial (Rinconada, García, & Serna, Especialización y ventaja comparativa del sector citrícola en México: 1990-2018, 2022).

La teoría también introduce el concepto de los costos de oportunidad, que son fundamentales para entender por qué la especialización y el comercio pueden ser beneficiosos. En un escenario sin comercio, cada país debe ser autosuficiente y producir una amplia gama de bienes, lo que puede ser

ineficiente. Sin embargo, cuando los países se especializan según sus ventajas comparativas y comercian entre sí, pueden reducir los costos de oportunidad y aumentar la producción total, generando un mayor excedente económico que puede ser compartido entre los participantes del comercio (Ruiz, 2020).

En el contexto del comercio electrónico y las importaciones tecnológicas en Ecuador, la teoría de Ricardo puede aplicarse para explicar cómo el país puede beneficiarse al especializarse en sectores donde posee una ventaja comparativa. Por ejemplo, aunque Ecuador no sea un líder en la producción de tecnología avanzada, puede beneficiarse del comercio internacional al importar productos tecnológicos como celulares y computadoras, mientras se especializa en exportar bienes donde tiene mayor eficiencia productiva, como productos agrícolas.

Teoría del Comercio Internacional

La Teoría de Comercio Internacional se centra en las dinámicas de intercambio de bienes y servicios entre países, analizando cómo estas actividades afectan la economía global y la prosperidad de las naciones. Uno de los conceptos fundamentales es la Ventaja Comparativa, formulada por David Ricardo, que sugiere que los países se benefician al especializarse en la producción de bienes para los cuales tienen un costo de oportunidad más bajo comparado con otros países (Rinconada, Serna, & Valdez, 2023).

Además, la Teoría de Heckscher-Ohlin amplía la idea de la ventaja comparativa al considerar la dotación de factores como el capital y la mano de obra. Según esta teoría, los países exportarán productos que utilizan intensivamente los factores de producción que tienen en abundancia y, por ende, importarán aquellos que requieren factores de los que disponen en menor cantidad (Albarrán & Mejía, 2021).

Esta teoría explica por qué países con abundancia de capital exportan bienes intensivos en capital, mientras que aquellos con abundancia de mano de obra exportan productos que requieren mucha mano de obra. Esta perspectiva subraya la importancia de las características internas de un país para determinar sus patrones comerciales (Ramírez & Arias, 2022).

Asimismo, el Modelo de Competencia Monopolística de Krugman sugiere que el comercio internacional no solo se basa en las diferencias entre países, sino también en las economías de escala y la diversidad de productos. Este modelo indica que las empresas pueden obtener ventajas competitivas mediante la producción a gran escala y la diferenciación de productos, lo que lleva a un aumento en la variedad de bienes disponibles para los consumidores y una reducción en los precios (Lacaze, 2023).

La integración económica y la reducción de barreras comerciales permiten a las empresas explotar estas economías de escala, mejorando la eficiencia y fomentando la innovación. Estos modelos contemporáneos proporcionan un marco más completo para entender las complejidades del comercio internacional en la economía global actual (Betancourt, 2023).

Esta teoría plantea que la transferencia de tecnología no es un proceso automático; requiere una serie de adaptaciones a las condiciones locales, tanto en términos de infraestructura como de capacidades humanas y organizacionales. La capacidad de un país para absorber y utilizar eficientemente las tecnologías importadas es crucial para su éxito en el comercio internacional (Albarrán & Mejía, 2021).

La teoría sugiere que los países en desarrollo, como Ecuador, deben invertir en la creación de capacidades locales que les permitan no solo importar tecnología, sino también adaptarla y mejorarla. Esto implica el desarrollo de capital humano a través de la educación y la formación, la mejora de la infraestructura tecnológica y la implementación de políticas públicas que faciliten la innovación y la transferencia de conocimientos. La conversión efectiva de tecnologías importadas puede llevar a mejoras significativas en la productividad y la competitividad internacional (López, Castro, Quito, & Bocanegra, 2020).

Además, la teoría destaca la importancia de las redes y alianzas globales. Las colaboraciones con empresas extranjeras, instituciones académicas y organismos internacionales pueden facilitar el acceso a nuevas tecnologías y conocimientos. Estas asociaciones también pueden proporcionar oportunidades para la capacitación y el desarrollo de habilidades

locales, fortaleciendo la capacidad de un país para adaptar y mejorar las tecnologías importadas.

En el contexto del comercio electrónico en Ecuador, la teoría de la conversión internacional puede ayudar a explicar cómo el país puede mejorar su competitividad en el sector tecnológico. A medida que Ecuador importa productos tecnológicos avanzados, como celulares y computadoras, debe simultáneamente desarrollar su capacidad para integrarlos y utilizarlos de manera efectiva. Esto podría incluir la formación de personal en habilidades tecnológicas, la mejora de la infraestructura de internet y la implementación de políticas que fomenten la innovación tecnológica (Freire, Carrera, Hurtado, & Matute, 2022).

La teoría también sugiere que el comercio electrónico puede ser un catalizador para el desarrollo económico si se gestiona adecuadamente. Al facilitar el acceso a una gama más amplia de productos tecnológicos y servicios, el comercio electrónico puede impulsar la productividad y la eficiencia en diversos sectores de la economía. Sin embargo, para maximizar estos beneficios, Ecuador debe invertir en la infraestructura necesaria y crear un entorno favorable para la adopción y adaptación de tecnologías importadas.

Capacidades de Absorción Tecnológica. Uno de los indicadores clave en la Teoría de la Conversión Internacional es la capacidad de absorción tecnológica. Esta capacidad se refiere a la habilidad de un país para reconocer el valor de nueva información, asimilarla y aplicarla con fines comerciales. La capacidad de absorción se ve influenciada por factores como el nivel de educación y formación de la fuerza laboral, la infraestructura tecnológica existente, y las políticas públicas de apoyo a la innovación. Países con altos niveles de capital humano y sistemas educativos sólidos tienden a tener una mayor capacidad de absorción tecnológica.

Infraestructura Tecnológica. La infraestructura tecnológica es otro indicador crítico. Este incluye la disponibilidad y calidad de redes de telecomunicaciones, acceso a internet de alta velocidad, y la presencia de centros de investigación y desarrollo I+D. Una infraestructura tecnológica

robusta facilita la integración de nuevas tecnologías, permitiendo que las empresas y los individuos accedan a, y utilicen eficientemente, innovaciones tecnológicas. En el contexto del comercio electrónico, la infraestructura tecnológica es fundamental para asegurar que las transacciones en línea se realicen de manera eficiente y segura.

Colaboraciones y Alianzas Internacionales. Las colaboraciones y alianzas internacionales también son indicadores importantes en la Teoría de la Conversión Internacional. Estas asociaciones pueden incluir acuerdos comerciales, joint ventures, y colaboraciones entre instituciones académicas y empresas. Tales alianzas facilitan el flujo de conocimientos y tecnologías entre países, y proporcionan oportunidades para la capacitación y desarrollo de habilidades locales. La participación en redes globales de innovación permite a los países en desarrollo acceder a las últimas tecnologías y prácticas, acelerando el proceso de conversión.

Políticas Públicas y Marco Regulatorio. Las políticas públicas y el marco regulatorio juegan un papel fundamental en la conversión tecnológica. Indicadores específicos incluyen la existencia de incentivos fiscales para la inversión en tecnología, regulaciones que fomenten la competencia y la innovación, y programas gubernamentales de apoyo a la investigación y desarrollo. Un entorno regulatorio favorable puede atraer inversión extranjera directa IED y estimular la creación de nuevas empresas tecnológicas, facilitando así la adopción y adaptación de tecnologías importadas.

Desarrollo de Capital Humano. El desarrollo de capital humano es crucial para la conversión tecnológica. Este indicador se refiere al nivel de educación y formación continua de la fuerza laboral, así como a la capacidad de las instituciones educativas para impartir conocimientos avanzados en ciencia y tecnología. La inversión en capital humano asegura que la fuerza laboral esté equipada con las habilidades necesarias para integrar y mejorar las tecnologías importadas. Programas de capacitación y desarrollo profesional son esenciales para mantener la competitividad en un entorno tecnológico en constante evolución.

Tasa de Innovación y Emprendimiento. La tasa de innovación y

emprendimiento es un indicador que refleja la capacidad de un país para no solo adoptar tecnologías importadas, sino también para innovar y crear nuevas soluciones tecnológicas. Este indicador incluye el número de patentes registradas, la cantidad de startups tecnológicas y el nivel de inversión en I+D. Una alta tasa de innovación y emprendimiento indica un ecosistema dinámico y adaptable, capaz de convertir tecnologías importadas en productos y servicios nuevos y mejorados.

Evaluación del Impacto Socioeconómico. Finalmente, la evaluación del impacto socioeconómico es un indicador que mide los efectos de la conversión tecnológica en términos de crecimiento económico, creación de empleo y mejora de la calidad de vida. Indicadores específicos incluyen el PIB per cápita, la tasa de empleo en sectores tecnológicos, y el acceso a servicios tecnológicos avanzados por parte de la población. La evaluación del impacto socioeconómico proporciona una medida de cómo la conversión tecnológica contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar general de la sociedad.

En el contexto del comercio electrónico en Ecuador, estos indicadores son cruciales para entender cómo el país puede mejorar su competitividad en el sector tecnológico. Al invertir en educación, mejorar la infraestructura tecnológica, fomentar colaboraciones internacionales, implementar políticas públicas favorables, y estimular la innovación y el emprendimiento, Ecuador puede maximizar los beneficios del comercio electrónico y asegurar un desarrollo económico sostenible y competitivo.

Finalmente, la teoría de la conversión internacional subraya que el éxito en la adopción de tecnologías importadas depende en gran medida del contexto local. Las políticas públicas deben ser diseñadas para abordar las necesidades y desafíos específicos del país. En el caso de Ecuador, esto podría implicar la creación de programas de apoyo para pequeñas y medianas empresas que buscan aprovechar el comercio electrónico, así como iniciativas para mejorar la alfabetización digital entre la población. De esta manera, el comercio electrónico no solo impulsará las importaciones tecnológicas, sino que también contribuirá al desarrollo económico sostenible del país.

Teorías Modernas

Teoría de Comercio electrónico

La Teoría del Comercio Electrónico explora cómo la digitalización y el uso de internet para realizar transacciones comerciales transforman las dinámicas económicas y sociales. Este marco teórico analiza los factores que impulsan el crecimiento del comercio electrónico, sus beneficios y desafíos, y su impacto en diversas industrias y economías.

El comercio electrónico se define como el proceso de compra, venta, transferencia o intercambio de productos, servicios e información a través de redes informáticas, principalmente internet. La adopción del comercio electrónico ha sido impulsada por la penetración de internet, la disponibilidad de dispositivos móviles y la mejora en las tecnologías de pago en línea (Laudon & Traver, 2020).

El comportamiento del consumidor también es crucial para el crecimiento del comercio electrónico. Factores como la conveniencia, la variedad de opciones y la capacidad de comparar precios influyen significativamente en la adopción de plataformas de comercio electrónico. Durante la pandemia de COVID-19, la percepción de seguridad y confianza en las transacciones en línea se convirtió en un factor determinante para muchos consumidores (Gao, y otros, 2023).

El comercio electrónico ofrece numerosos beneficios tanto para los consumidores como para las empresas. Para los consumidores, proporciona una mayor conveniencia y acceso a una amplia variedad de productos y servicios las 24 horas del día (Arredondo, 2021). Para las empresas, el comercio electrónico puede reducir costos operativos, expandir el mercado objetivo a nivel global y permitir una mayor personalización de productos y servicios.

Sin embargo, el comercio electrónico también enfrenta desafíos, un caso particular es la seguridad de las transacciones en línea, incluyendo la protección de los datos personales y financieros de los consumidores. Las

empresas deben implementar medidas robustas de ciberseguridad para mantener la confianza de los consumidores en sus plataformas (Salas, Ábrego, & Mendoza, 2021).

Por otra parte, la logística y la gestión de la cadena de suministro son otros desafíos importantes. La eficiencia en la entrega de productos es esencial para la satisfacción del cliente en el comercio electrónico. Las empresas deben invertir en sistemas logísticos avanzados y establecer asociaciones estratégicas con proveedores de servicios logísticos para mejorar la velocidad y la fiabilidad de las entregas (Kwan & Ortiz, 2021).

El comercio electrónico también ha transformado la competencia en el mercado. Internet ha reducido las barreras de entrada para nuevos competidores, permitiendo a pequeñas y medianas empresas competir en igualdad de condiciones con grandes corporaciones. Además, facilita la globalización, permitiendo a las empresas alcanzar mercados internacionales sin necesidad de una presencia física (Meléndez & Abrego, 2021).

En términos de impacto económico, el comercio electrónico ha demostrado ser un motor significativo de crecimiento económico. Contribuye a la eficiencia del mercado al reducir los costos de búsqueda y transacción, aumentando así la competencia y beneficiando a los consumidores con precios más bajos y una mayor variedad de productos (Béjar, Valenzo, Madrigal, Madrigal, & Montesinos, 2022).

El comercio electrónico también tiene un impacto considerable en el empleo y la estructura del mercado laboral. Aunque ha creado nuevas oportunidades de empleo en áreas como tecnología, logística y atención al cliente, también ha llevado a la automatización y la desaparición de algunos puestos de trabajo tradicionales en el comercio minorista (Domínguez & Vera, 2022).

Finalmente, el comercio electrónico plantea cuestiones sobre sostenibilidad y responsabilidad social. La entrega de productos a domicilio y el incremento en el consumo pueden tener efectos ambientales adversos, como el aumento de las emisiones de carbono y la generación de residuos. Es crucial desarrollar prácticas de comercio electrónico sostenibles, que

incluyan la logística verde y la promoción de productos ecológicos (Malpartida, Román, & Salas, 2023).

Marco conceptual

Comercio Electrónico *E-commerce*: Proceso de compra, venta, transferencia o intercambio de productos, servicios e información a través de redes informáticas, principalmente internet (Laudon & Traver, 2020). Este concepto es central para entender cómo la digitalización afecta las importaciones de productos tecnológicos en Ecuador, facilitando transacciones y ampliando el acceso a mercados globales.

Costo de oportunidad. Tal como lo introdujo G. Haberler en el contexto del análisis neoclásico, se refiere al costo de no producir la siguiente mejor alternativa (Ráez, Jiménez, & Buitrago, 2022). Este concepto es principal en el comercio internacional porque ayuda a los países a decidir qué bienes y servicios deben producir y comercializar en función de sus ventajas comparativas, en lugar de intentar ser autosuficientes en todas las áreas (Peña & Anías, 2020). La asignación estratégica se basa en el principio de ventaja comparativa, que postula que los países deben especializarse en producir bienes que puedan producir de manera más eficiente, a un menor costo de oportunidad, en comparación con otros países (García, Almeida, & Machado, 2022).

Esta especialización permite a los países comerciar con bienes y servicios que les resultaría más costoso producir internamente, maximizando así la producción y el consumo global de recursos (Turban, y otros, 2018). La influencia del costo de oportunidad en estas decisiones garantiza que el comercio internacional se guíe por principios de eficiencia y beneficio mutuo, en lugar de esfuerzos por lograr la autosuficiencia o la ventaja absoluta en todas las áreas de producción (Becerra, Ojeda, Lituma, & Carrasco, 2023).

Además, la teoría del costo de oportunidad de Haberler destaca la importancia de considerar los mejores usos alternativos de los recursos como un aspecto fundamental de la toma de decisiones económicas que, cuando se aplica al comercio internacional, conduce a relaciones comerciales más eficientes y beneficiosas (Manosalvas, Manosalvas, Guerrero, & Silva, 2023).

A medida que los países se vuelven más expertos en identificar y capitalizar sus ventajas comparativas, el mercado global se vuelve cada vez más integrado y eficiente, fomentando un entorno donde todos los países participantes pueden experimentar un mayor crecimiento económico y prosperidad (Krause, 2021).

Capacidades de Absorción Tecnológica: Habilidad de un país para reconocer, asimilar y aplicar nueva información y tecnologías, influenciada por el nivel de educación y la infraestructura tecnológica existente (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2020). Este término es importante para entender cómo Ecuador puede integrar y aprovechar las tecnologías importadas a través del comercio electrónico.

Políticas Públicas: Conjunto de leyes y regulaciones diseñadas para fomentar el desarrollo del comercio electrónico y facilitar las importaciones tecnológicas (Santiago & Quiñonez, 2022). La implementación de políticas efectivas es esencial para superar las barreras que enfrenta Ecuador en este sector.

Sectores económicos en el Ecuador: Los sectores económicos en el Ecuador se dividen en, primario, secundario y terciario. El sector primario comprende los trabajos que se realizan para obtener materias primas, el secundario es en donde se transforman los recursos naturales en recursos elaborados, y el terciario comprende las actividades en donde las personas ofrecen sus servicios a los demás.

Sector terciario: Este sector se refiere a los servicios que ofrecen las personas a los demás. Dentro de este sector se encuentran actividades económicas, las cuales se basan en la prestación de servicios a personas o empresas, mediante el uso de herramientas tecnológicas o recursos humanos. Las actividades económicas que se encuentran en este sector son: comercio exterior o interior, transporte, turismo y comunicación

Sector Tecnológico: Conjunto de industrias y empresas que desarrollan y venden productos y servicios tecnológicos, como celulares, laptops y equipos de uso intensivo de las tecnologías de información y comunicaciones (Lara & Rojo, 2021). El estudio se centra en cómo el

comercio electrónico afecta las importaciones en este sector en Ecuador.

Sector Importación: Segmento económico que abarca las actividades relacionadas con la compra y entrada de bienes y servicios desde el extranjero (Arévalo, 2020). La investigación examina cómo el comercio electrónico influye en las dinámicas de importación de productos tecnológicos en Ecuador.

Alibaba: Multinacional china de tecnología especializada en comercio electrónico, minorista, internet y tecnología (González & Hernández, 2021). Como uno de los mayores actores en el comercio electrónico global, Alibaba representa un modelo a seguir para las plataformas de comercio electrónico en Ecuador.

Amazon: Multinacional estadounidense de comercio electrónico y servicios de computación en la nube, reconocida como una de las mayores plataformas de comercio electrónico del mundo (Csoban, Esqueda, & Ríos, 2024). Amazon ha influido en las expectativas y prácticas de comercio electrónico a nivel mundial, incluyendo Ecuador.

Marco metodológico

Método

El método seleccionado para esta investigación es el deductivo y analítico. El método deductivo se utilizará para partir de premisas generales acerca del comercio electrónico y su impacto en las importaciones tecnológicas, aplicando estas premisas a casos específicos en Ecuador. Así se puede establecer relaciones causales entre las variables estudiadas. El análisis se centrará en identificar patrones y tendencias a través de la recopilación y análisis de datos cuantitativos y cualitativos.

Tipo de Estudio

El tipo de estudio es no experimental. Este diseño se justifica porque no se manipulan variables independientes; en cambio, se observa y analiza la realidad tal como se presenta. La investigación se basa en la recopilación de datos existentes y nuevos, a través de encuestas y análisis documentales, proporcionando una comprensión integral del fenómeno sin intervenir

directamente en las condiciones naturales del entorno de estudio.

Enfoque del Proyecto

El enfoque del proyecto es cuantitativo, que permite la recopilación y análisis de datos numéricos que cuantifican el impacto del comercio electrónico en las importaciones tecnológicas, proporcionando una visión detallada del contexto y los factores subyacentes.

Fuentes de Información

Las fuentes de información se dividirán en primarias y secundarias:

Fuentes Primarias

- Encuestas dirigidas a empresas del sector tecnológico.

Fuentes Secundarias

- Análisis de documentos, informes, artículos científicos, y estadísticas disponibles sobre comercio electrónico e importaciones tecnológicas en Ecuador.
- Revisión de literatura especializada, incluyendo libros y publicaciones en revistas académicas.

Técnicas de Recolección y Análisis de Datos

Enfoque Mixto

- Cuantitativo: Encuestas estructuradas y observación directa para recopilar datos numéricos.
- Análisis estadístico de datos provenientes de censos y documentos cuantitativos.

Procedimiento

El procedimiento seguirá estos pasos:

- Definición clara de las preguntas de investigación y los objetivos del estudio.

- Selección de la muestra y la población objeto de estudio.
- Desarrollo de instrumentos de recolección de datos adecuados para obtener la información necesaria.
- Recolección de datos mediante las técnicas seleccionadas.
- Análisis de datos utilizando herramientas como Excel.
- Interpretación de los resultados en relación con las hipótesis y teorías planteadas.

Población, Muestra y Muestreo

La población de estudio incluye empresas del sector tecnológico en Guayaquil, así como consumidores que utilizan plataformas de comercio electrónico. Dado que el estudio es de caso, no se realizará un cálculo de muestra tradicional, sino que se describirá detalladamente la población objetivo y se seleccionarán casos representativos para la muestra de consumidores.

Instrumentos de Recolección de Información

- Secundaria: Sitios web oficiales de instituciones públicas y privadas, documentos académicos, y literatura especializada.
- Primaria: Encuestas estructuradas.

Herramientas y Procedimientos para Procesar Información Recopilada

La información recopilada se procesará utilizando software como Excel para el análisis cuantitativo. Estas herramientas permitirán una interpretación precisa y detallada de los datos, facilitando la elaboración de conclusiones fundamentadas. En síntesis, este marco metodológico se basa en la combinación de métodos deductivos y analíticos, un enfoque no experimental y un diseño de investigación cuantitativo.

La recolección de datos se realizará mediante técnicas cuantitativas y cualitativas, utilizando fuentes primarias y secundarias. El procesamiento y análisis de los datos se llevará a cabo con herramientas adecuadas, asegurando una comprensión integral y detallada del impacto del comercio electrónico en las importaciones tecnológicas en Guayaquil, Ecuador.

Variables

Variable Independiente

Impacto del comercio electrónico. Según Cajamarca et al. (2023), el comercio electrónico, es entendido como la compra y venta de bienes y servicios a través de plataformas digitales, ha transformado profundamente las dinámicas comerciales a nivel global. Su impacto se manifiesta en varios frentes, desde la expansión del mercado y la accesibilidad de productos, hasta la innovación en métodos de pago y la personalización de la experiencia del consumidor. Al eliminar las barreras geográficas, el comercio electrónico permite a las empresas acceder a una clientela global, diversificando sus fuentes de ingreso y ampliando su alcance. Para los consumidores, ofrece la conveniencia de realizar compras desde cualquier lugar y en cualquier momento, con acceso a una variedad de productos y servicios que trasciende las limitaciones de las tiendas físicas.

Asimismo, el comercio electrónico ha influido notablemente en la eficiencia operativa y la competitividad empresarial. La digitalización de los procesos de venta y la integración de tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial y el análisis de datos, han permitido a las empresas optimizar su cadena de suministro, reducir costos operativos y mejorar la toma de decisiones estratégicas. Además, el comercio electrónico ha fomentado la aparición de nuevos modelos de negocio y plataformas de intermediación que han redefinido la manera en que se realiza el comercio.

Variable Dependiente

Importaciones de equipos computacionales. Se refieren al proceso mediante el cual un país adquiere dispositivos tecnológicos de hardware y software, tales como computadoras, servidores, periféricos, y otros componentes informáticos, provenientes de mercados internacionales. Este fenómeno es crucial para satisfacer la demanda interna de tecnología avanzada, especialmente en sectores como la educación, la salud, el comercio, y la industria, donde la actualización constante y el acceso a tecnologías de última generación son fundamentales para el crecimiento y la

competitividad. Además, las importaciones permiten a los países acceder a tecnologías que no se producen localmente, facilitando la transferencia de conocimiento y el mejoramiento de las infraestructuras tecnológicas.

Por otro lado, la importación de equipos computacionales también tiene implicaciones económicas y políticas significativas. El balance comercial de un país puede verse afectado por la cantidad de bienes tecnológicos importados en comparación con los exportados, influenciando las políticas arancelarias y las regulaciones comerciales. Asimismo, las decisiones sobre qué equipos importar y de qué mercados provienen pueden estar sujetas a consideraciones estratégicas y de seguridad nacional.

Tabla 1. *Matriz de operacionalización de variables*

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTO	ESCALA VALORATIVA
Impacto del Comercio Electrónico	Evolución de comercio electrónico	Crecimiento anual del comercio electrónico	Análisis de informes estadísticas nacionales	Cuantitativa: Porcentajes Cifras absolutas
	Preferencias de compra	Frecuencia de compras online		
	Dinámicas del mercado internacional	Competencia y productos sustitutos	Entrevista a expertos	Cualitativa: Relevancia percibida
	Infraestructura tecnológica	Acceso a plataformas de comercio electrónico		
Importaciones de equipos computacionales	Volumen de importaciones	Número de unidades importadas	Registros aduaneros	Cuantitativa: Número de unidades
	Valor económico	Valor total de importaciones	Informes comerciales	Valor en uso
	Tipos de equipos computacionales	Categorías de productos computacionales	Entrevista a expertos	Cualitativa: Relevancia percibida

Frecuencia de importaciones	Número de transacciones de importación
Procedencia de las importaciones	Países de origen de los equipos

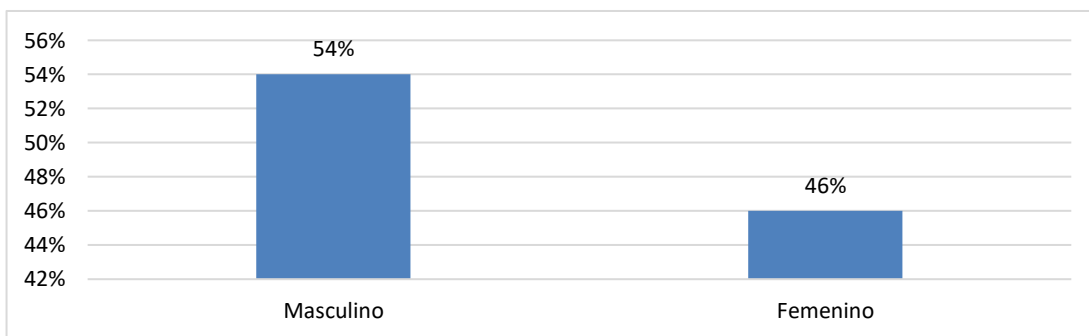
Nota. Los datos que se muestran en el análisis de indicadores en las preguntas de las encuestas.

Resultados de la encuesta

Encuesta sobre el impacto del comercio electrónico en las importaciones de equipos computacionales del Ecuador; para conocer el impacto del comercio electrónico en cuanto a las importaciones y ventas de laptops en el Ecuador.

Figura 1.

Distribución por género



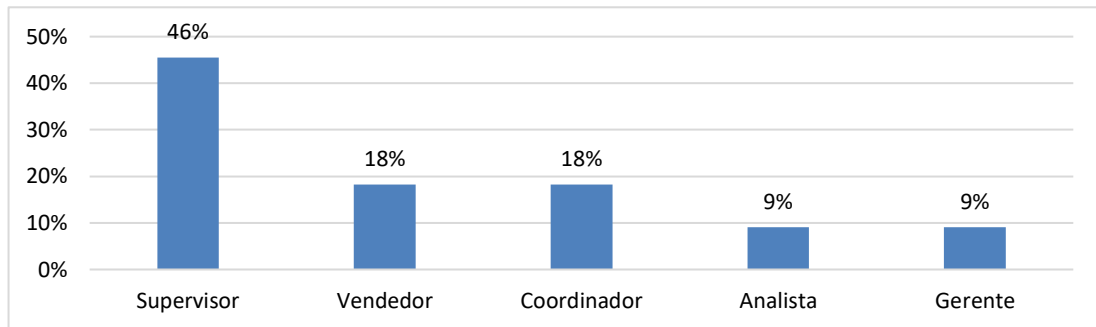
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico muestra la distribución por género del personal encuestado en empresas de comercio electrónico en Guayaquil, es evidente que el género masculino representa una mayoría, con un 54% del total, mientras que el género femenino conforma el 46% de los encuestados. Esta diferencia porcentual podría sugerir una mayor participación o representación masculina en el sector del comercio electrónico en la ciudad, lo cual podría estar relacionado con diversos factores como las oportunidades de empleo, la cultura organizacional o incluso las preferencias personales dentro de este campo.

¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?

Figura 2.

Cargo que desempeña en la empresa



Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico refleja la distribución, de manera destacada, se observa que el 46% ocupa el cargo de Supervisor, lo que sugiere una concentración significativa de responsabilidades en esta función dentro del sector. En contraste, los cargos de Vendedor y Coordinador representan cada uno el 18%, indicando una distribución más equitativa pero menos predominante en comparación con los Supervisores. Por otro lado, los roles de Analista y Gerente son los menos representados, con solo un 9% cada uno, lo que podría indicar una estructura organizacional donde estas posiciones son menos frecuentes o tienen un menor número de plazas en comparación con los otros cargos mencionados.

¿La empresa realiza importaciones de laptops?

Figura 3.

Importaciones de laptops



Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

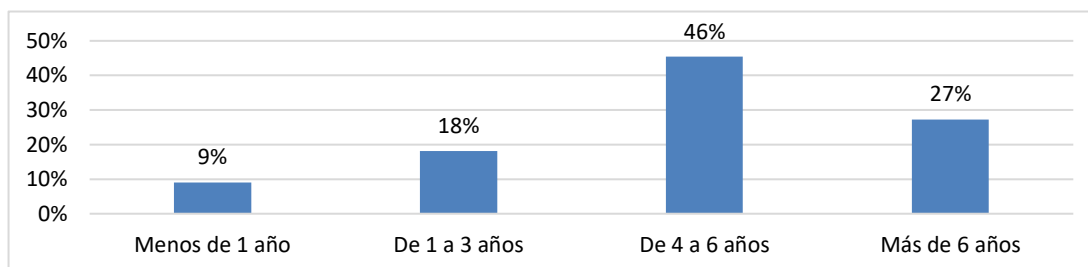
El gráfico ilustra la proporción de empresas encuestadas en Guayaquil que realizan importaciones de laptops. De acuerdo con los datos, una mayoría significativa del 82% de las empresas sí se dedica a la importación de estos equipos, lo que subraya la relevancia de este producto en el mercado del comercio electrónico local. En contraste, solo el 18% de las empresas indicaron no participar en la importación de laptops, lo que podría sugerir que estas empresas están enfocadas

en otros tipos de productos o servicios tecnológicos.

¿Qué tiempo lleva la empresa en el mercado ecuatoriano?

Figura 4.

Tiempo de la empresa en el mercado ecuatoriano



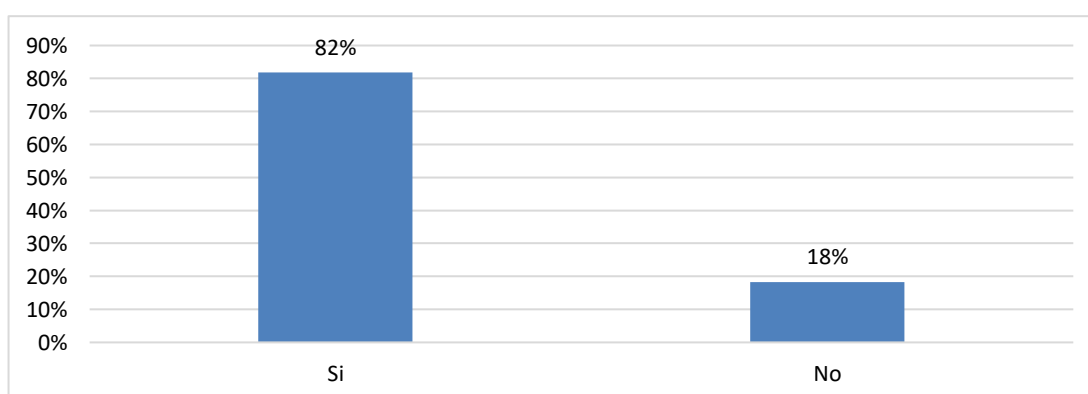
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico presenta que un 46%, tienen entre 4 y 6 años de presencia en el mercado, lo que sugiere una relativa estabilidad y experiencia en el sector. Por otro lado, el 27% de las empresas llevan más de 6 años en el mercado, lo que indica una presencia sólida y posiblemente una mayor adaptabilidad a los cambios del entorno comercial. Además, el 18% de las empresas tienen entre 1 y 3 años de operación, lo que refleja una fase de establecimiento y crecimiento inicial en el mercado. Finalmente, solo un 9% de las empresas tienen menos de un año operando, lo cual podría sugerir que hay nuevos entrantes, pero en menor proporción.

¿Aplica el uso de plataformas de ecommerce internacionales para el requerimiento de importación de equipos?

Figura 5.

Usan plataformas de ecommerce internacionales



Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

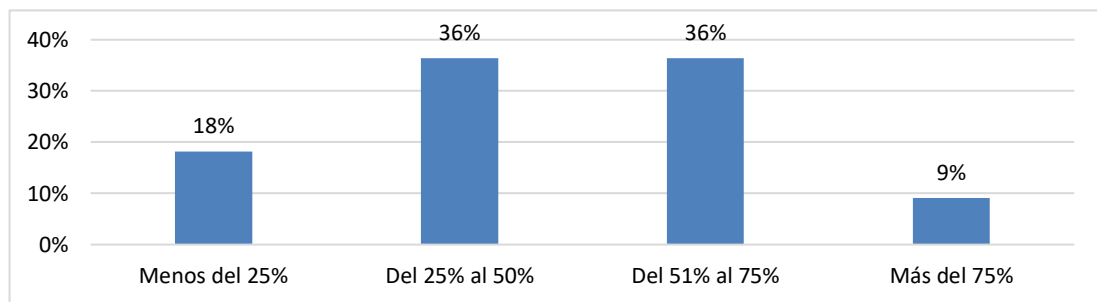
Según los datos, una gran mayoría del 82% de las empresas confirma que

aplica estas plataformas para sus necesidades de importación, lo cual evidencia la importancia del comercio electrónico global en sus operaciones. Por otro lado, solo el 18% de las empresas indicaron que no utilizan estas plataformas internacionales, lo que podría deberse a limitaciones específicas o a la preferencia por proveedores locales. Este alto porcentaje de uso de plataformas internacionales refleja una integración significativa de las empresas locales en el mercado global, lo que les permite acceder a una variedad más amplia de productos y posiblemente a mejores precios.

¿Qué porcentaje de las compras totales de laptops las realiza a través del comercio electrónico?

Figura 6.

Compras de laptops mediante el comercio electrónico



Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

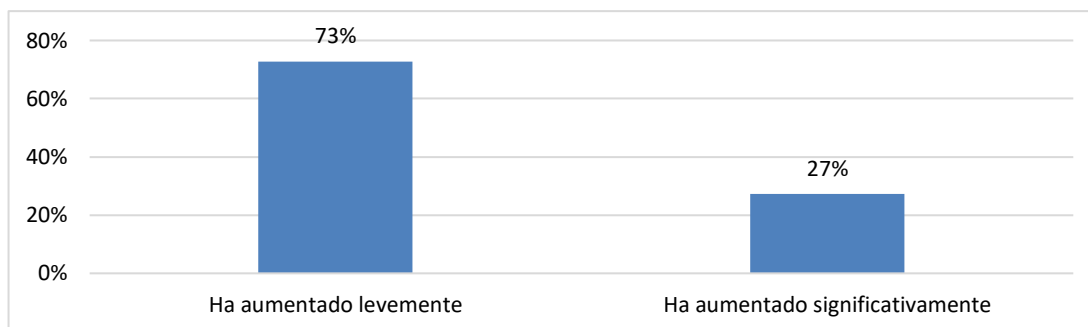
El gráfico representa muestra que el 36% de las empresas realiza entre el 25% y el 50% de sus compras de laptops a través de plataformas de comercio electrónico, y otro 36% realiza entre el 51% y el 75% de estas compras a través de dichas plataformas. Esto indica que una parte significativa de las compras de laptops se efectúa en línea, lo que subraya la importancia de estas plataformas en las operaciones comerciales actuales.

Por otro lado, el 18% de las empresas realiza menos del 25% de sus compras de laptops por comercio electrónico, mientras que solo un 9% de las empresas realiza más del 75% de sus compras totales de laptops a través de este medio. Esta distribución sugiere que, aunque el comercio electrónico es una vía importante para la adquisición de laptops, hay variaciones en su uso entre las diferentes empresas, lo cual podría depender de factores como la disponibilidad de productos, costos, o preferencias de compra.

¿Cómo ha cambiado la cantidad de solicitudes de importaciones de computadoras desde que comenzó a usar el comercio electrónico?

Figura 7.

Solicitudes de importaciones de comercio electrónico de computadoras



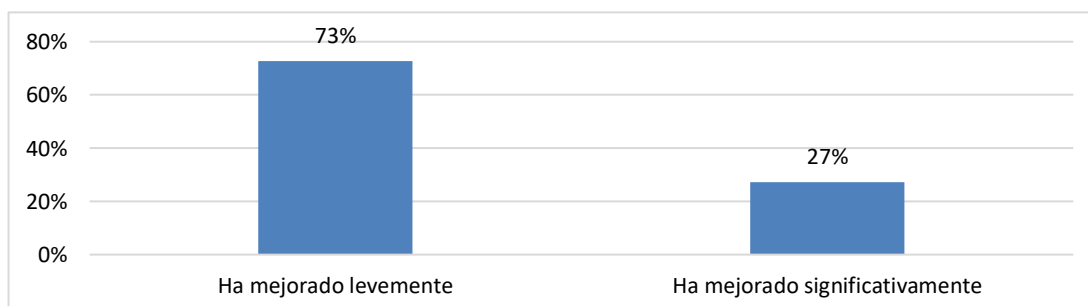
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico muestra que un 73% de los encuestados indica que la cantidad de solicitudes ha aumentado levemente, lo que sugiere que el comercio electrónico ha tenido un impacto positivo, aunque moderado, en la demanda de importaciones. Por otro lado, un 27% reporta un aumento significativo en las solicitudes, lo que destaca que, para algunas empresas, el comercio electrónico ha sido un catalizador importante para incrementar sus importaciones. Este resultado sugiere que, aunque la mayoría de las empresas ha experimentado un crecimiento en sus solicitudes de importación, el grado de este impacto varía, siendo más pronunciado para un grupo menor de empresas.

¿Ha mejorado la rapidez en la adquisición de laptops a través del comercio electrónico en comparación con los métodos tradicionales?

Figura 8.

Adquisición de laptops a través del comercio electrónico



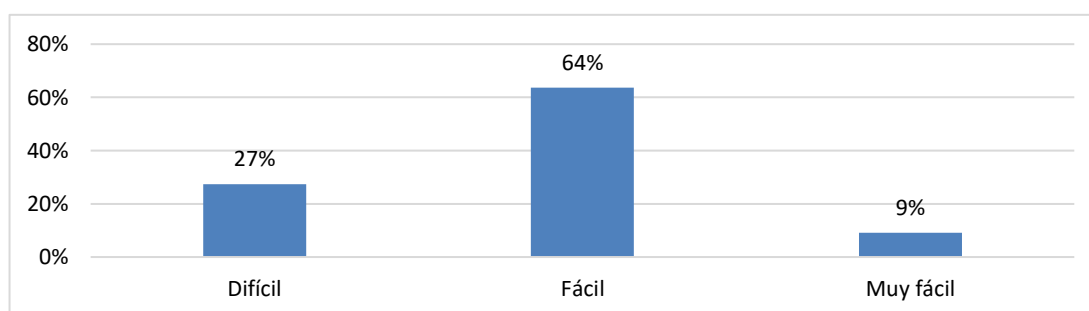
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico muestra que un 73% de los encuestados percibe una mejora leve en la rapidez de adquisición, lo que indica que, aunque el comercio electrónico ha facilitado el proceso, este cambio no ha sido drástico para la mayoría. Por otro lado, el 27% de los encuestados considera que ha mejorado significativamente, sugiriendo que, para un grupo menor de empresas, el comercio electrónico ha representado un avance considerable en términos de eficiencia y rapidez en la adquisición de estos productos. Este análisis revela que, aunque hay consenso sobre la mejora que el comercio electrónico ha traído en la rapidez de adquisición, la magnitud de este impacto varía entre las empresas.

¿Qué tan fácil le resulta a su empresa comprar laptops mediante plataformas de comercio electrónico?

Figura 9.

Comprar laptops mediante e-commerce



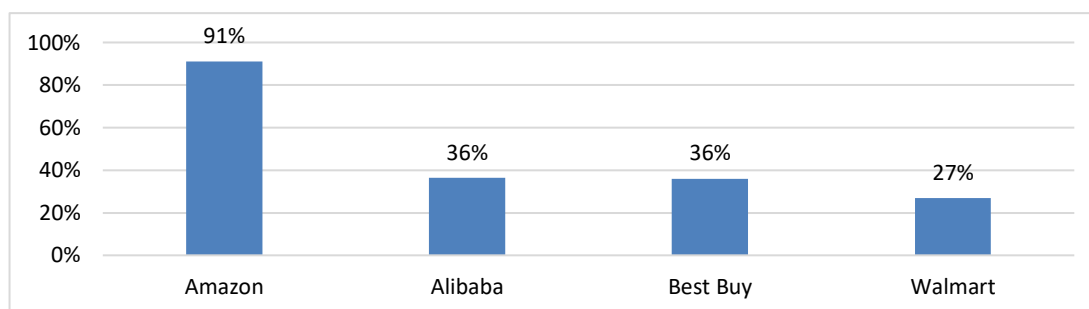
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico muestra que un 64%, considera que es "Fácil" realizar estas compras, lo que indica una aceptación general del comercio electrónico como un canal accesible para adquirir laptops. Un 27% de los encuestados considera que es "Difícil" comprar mediante estas plataformas, lo que podría señalar la existencia de barreras o desafíos específicos que algunas empresas enfrentan en el proceso. Finalmente, un 9% de las empresas encuentra que es "Muy fácil" realizar estas compras, sugiriendo que un pequeño grupo de empresas ha logrado optimizar completamente su uso del comercio electrónico para la adquisición de estos productos.

¿Qué plataformas de comercio electrónico utiliza su empresa para la importación de laptops? selección múltiple

Figura 10.

Plataformas utilizadas para la importación de laptops



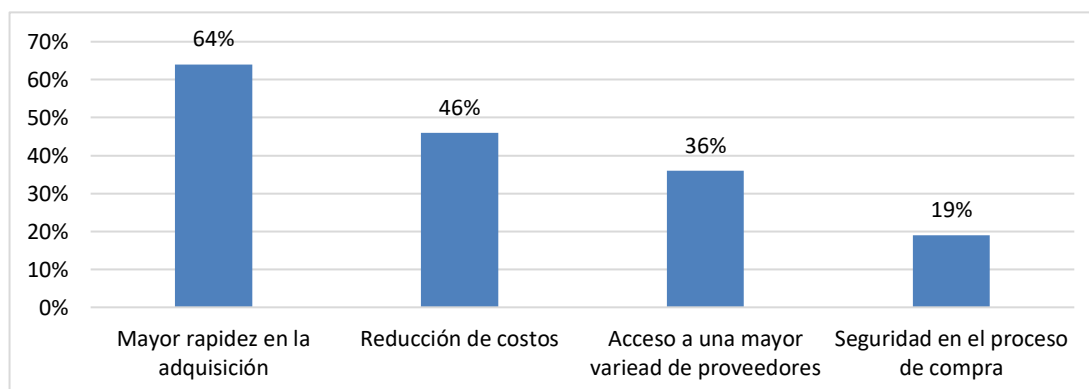
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico muestra que Amazon es la plataforma más utilizada, con un 91% de las empresas recurriendo a ella, lo que refleja su dominio y popularidad en el mercado de importación de equipos tecnológicos. Alibaba y Best Buy son utilizadas por el 36% de las empresas cada una, indicando que estas plataformas también tienen una presencia significativa, aunque menor en comparación con Amazon. Por otro lado, Walmart es usada por el 27% de las empresas, lo que sugiere que, aunque es menos preferida, sigue siendo una opción relevante para algunas empresas en el sector.

¿Cuáles son los principales beneficios que ha experimentado su empresa al utilizar el comercio electrónico para la importación de laptops? selección múltiple

Figura 11.

Beneficios de usar e-commerce para la importación de laptops



Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

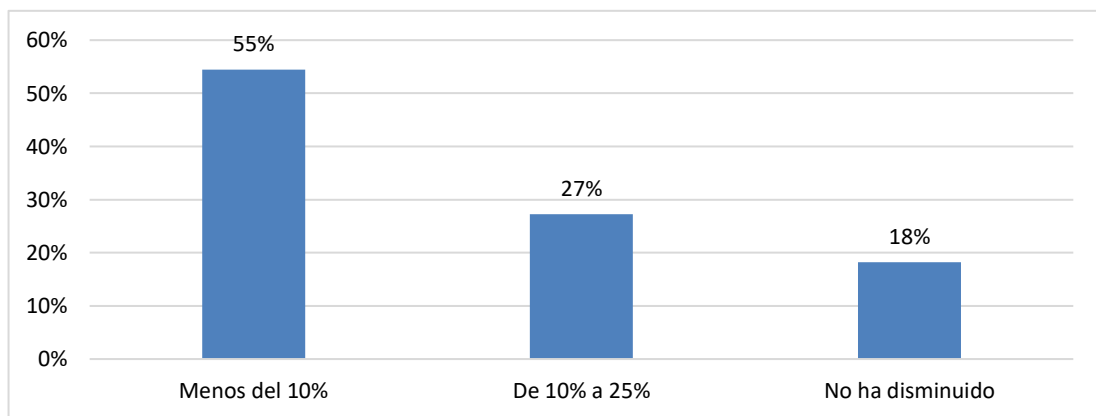
El gráfico presenta que el beneficio más destacado en el 64% de las empresas, es la mayor rapidez en la adquisición, lo que sugiere que la eficiencia en el tiempo es un factor clave que impulsa el uso del comercio electrónico. Además, el 46% de las empresas ha experimentado una reducción de costos, lo cual es un incentivo significativo para optar por este canal de compra. El acceso a una mayor variedad de proveedores es mencionado por el 36% de las empresas, lo que indica que el comercio electrónico también amplía las opciones de mercado.

Por último, la seguridad en el proceso de compra es valorada por el 19% de las empresas, lo que, aunque es menos frecuente, sigue siendo un aspecto importante para algunas compañías. Estos resultados reflejan que las empresas valoran el comercio electrónico principalmente por su capacidad de mejorar la eficiencia y reducir costos, aunque también aprecian la diversificación de proveedores y la seguridad en las transacciones.

¿Ha disminuido el costo de importación de laptops gracias al comercio electrónico? Si es así, ¿en qué porcentaje?

Figura 12.

Costo de importación de laptops gracias a e-commerce



Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

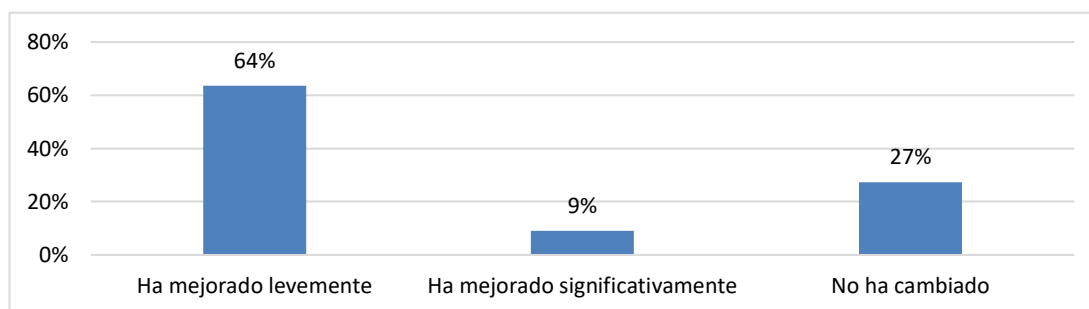
El gráfico analiza que el 55% de las empresas ha experimentado una disminución de costos inferior al 10%, lo que indica que, aunque el comercio electrónico ha contribuido a reducir los gastos, este impacto ha sido moderado para la mayoría. Por otro lado, el 27% de las empresas reporta una reducción de costos de entre el 10% y el 25%, lo que sugiere un ahorro más significativo para este grupo. Sin embargo, el 18% de las empresas indica que no ha experimentado ninguna disminución en los costos, lo que podría reflejar variaciones en las estrategias de

compra o en los acuerdos comerciales establecidos.

¿Ha notado una mejora en la relación con los proveedores de laptops a través del comercio electrónico?

Figura 13.

Relación con los proveedores de laptops a través del comercio electrónico



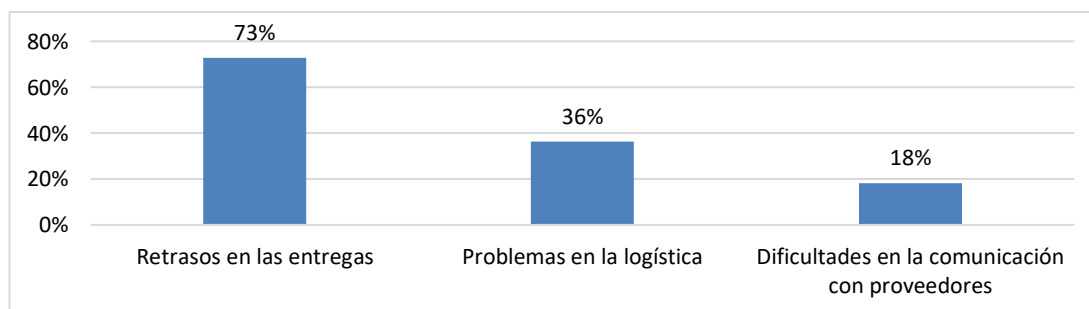
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico que la mayoría, un 64%, indica que la relación ha mejorado levemente, lo que sugiere que el uso de plataformas de comercio electrónico ha facilitado una mejor comunicación o colaboración con los proveedores, aunque de manera moderada. Un 9% de las empresas reporta una mejora significativa, lo que indica que, para un pequeño grupo, el comercio electrónico ha tenido un impacto considerablemente positivo en sus relaciones comerciales. Por otro lado, el 27% de las empresas no ha notado cambios en sus relaciones con los proveedores, lo que podría indicar que las dinámicas preexistentes han permanecido estables a pesar del uso del comercio electrónico.

¿Qué dificultades ha encontrado su empresa al utilizar el comercio electrónico para la importación de laptops? selección múltiple

Figura 14.

Dificultades al utilizar e-commerce en la importación de laptops



Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de

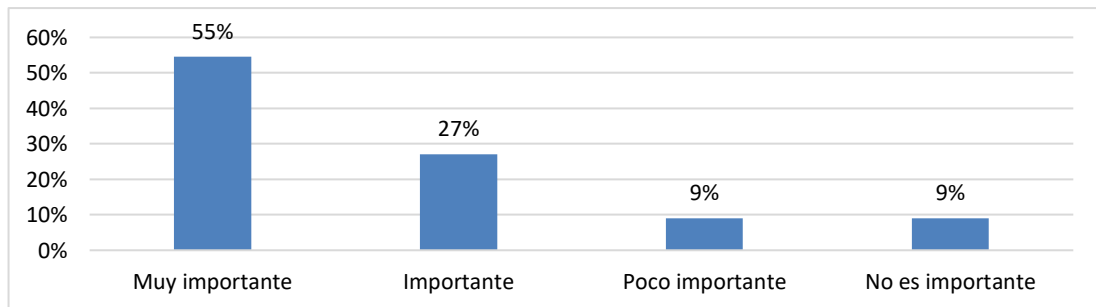
Guayaquil.

El gráfico presenta que el 73% de las empresas señala que los retrasos en las entregas son la principal dificultad, lo que sugiere que la puntualidad en la cadena de suministro es un desafío significativo en este contexto. Además, el 36% de las empresas menciona problemas en la logística, lo que indica complicaciones en la gestión y coordinación de los envíos internacionales. Por otro lado, el 18% de las empresas reporta dificultades en la comunicación con los proveedores, lo que podría reflejar barreras idiomáticas, diferencias horarias o falta de claridad en las transacciones.

¿Qué tan importante considera el comercio electrónico para el futuro de su empresa en la importación y venta de laptops?

Figura 15.

Importancia del e-commerce para el futuro de la empresa en importación de laptops



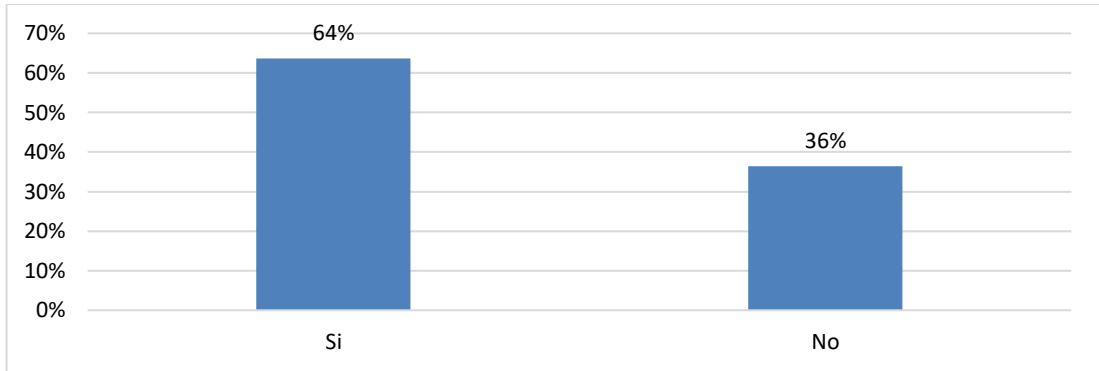
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico refleja que un 55% de las empresas considera que el comercio electrónico es muy importante, lo que subraya su relevancia como un canal clave para las operaciones futuras. Además, el 27% de las empresas lo califica como importante, indicando que una mayoría significativa ve en el comercio electrónico una herramienta esencial para mantener y expandir su negocio. En contraste, solo el 9% de las empresas considera que es poco importante o no es importante, lo que sugiere que una minoría no percibe el comercio electrónico como un factor determinante para su estrategia de negocio.

¿Conoce estrategias digitales aplicables en la importación de laptops?

Figura 16.

Conoce estrategias digitales aplicables en la importación de laptops



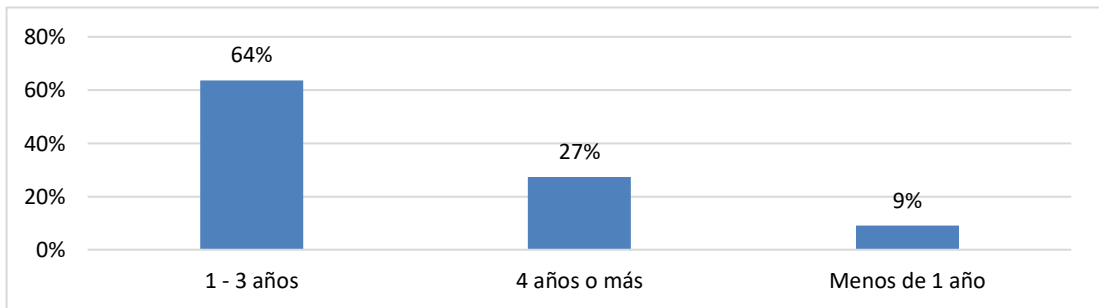
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico muestra que un 64% de las empresas afirma conocer estas estrategias, lo que indica que una mayoría está informada y probablemente las aplica para optimizar sus procesos de importación. Por otro lado, un 36% de las empresas señala no conocer tales estrategias, lo que sugiere que existe un segmento significativo del mercado que podría beneficiarse de capacitación o asesoramiento en esta área.

¿Desde cuándo su empresa ha implementado el comercio electrónico para la venta de laptops?

Figura 17.

Tiempo de implementación del comercio electrónico para la venta de laptops



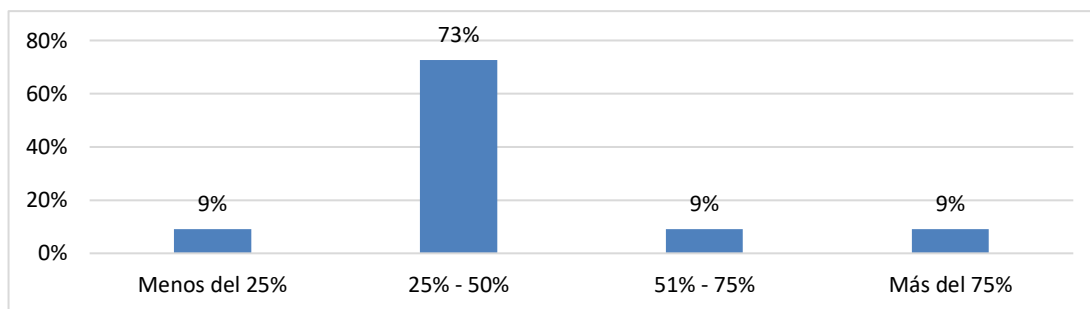
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico muestra que un 64% de las empresas, ha implementado esta tecnología en los últimos 1 a 3 años, lo que indica una adopción relativamente reciente pero significativa del comercio electrónico en este sector. Un 27% de las empresas ha utilizado comercio electrónico durante 4 años o más, lo que refleja una experiencia más consolidada en la venta online de laptops. Finalmente, un 9% de las empresas ha comenzado a usar comercio electrónico en menos de 1 año, lo que sugiere que aún existen nuevos entrantes en este ámbito que están explorando las ventajas de esta modalidad de venta.

¿Qué porcentaje de sus ventas totales de laptops se realiza a través del comercio electrónico?

Figura 18.

Porcentaje de ventas totales de laptops



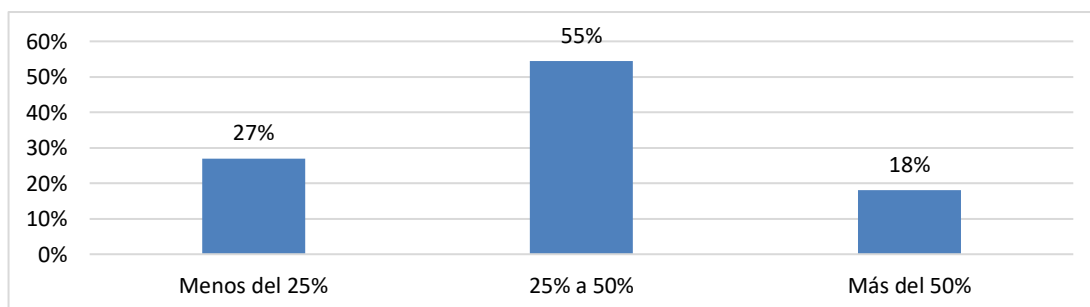
Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil.

El gráfico muestra que la mayoría de las empresas, un 73%, realiza entre el 25% y el 50% de sus ventas de laptops a través de plataformas de comercio electrónico, lo que indica una dependencia moderada pero significativa de este canal de ventas. Por otro lado, un 9% de las empresas reporta que menos del 25% de sus ventas se realiza en línea, y otro 9% realiza entre el 51% y el 75% de sus ventas por esta vía, lo que demuestra una diversidad en el grado de utilización del comercio electrónico entre las empresas. Finalmente, un 9% de las empresas indica que más del 75% de sus ventas de laptops se efectúan a través del comercio electrónico, lo que sugiere una alta integración y confianza en este canal por parte de un pequeño grupo de empresas.

¿Ha observado un aumento en las ventas de laptops desde que comenzó a utilizar el comercio electrónico? Si es así, ¿en qué porcentaje?

Figura 19.

Porcentaje de aumento de las ventas de laptops desde el uso de e-commerce



Nota. Encuesta aplicada a personal de empresas de comercio electrónico en la ciudad de

Guayaquil.

El gráfico muestra que un 55% de las empresas, han experimentado un incremento en sus ventas de entre el 25% y el 50%, lo que indica un impacto positivo significativo del comercio electrónico en sus operaciones. Además, un 27% de las empresas reporta un aumento menor, de menos del 25%, sugiriendo que, aunque han visto un crecimiento, este ha sido más modesto. Por otro lado, un 18% de las empresas ha experimentado un aumento superior al 50%, lo que demuestra que, para un grupo más pequeño, el comercio electrónico ha sido un factor de cambio considerable, impulsando sus ventas de manera sustancial.

Análisis PESTEL de productos tecnológicos

En el sector tecnológico ecuatoriano, el análisis PESTEL es fundamental para entender cómo las políticas gubernamentales, las condiciones económicas, las tendencias sociales, los avances tecnológicos, las preocupaciones ambientales y las regulaciones legales influyen en la innovación, el desarrollo y la competitividad. Este análisis integral ayuda a las empresas a tomar decisiones y a mantenerse competitivas en un mercado globalizado y altamente tecnificado.

Político

El libre comercio es un aspecto central en el contexto ecuatoriano, especialmente debido a los acuerdos comerciales que Ecuador ha firmado en los últimos años, estos acuerdos facilitan la importación de bienes tecnológicos, como equipos computacionales, al reducir o eliminar aranceles y barreras comerciales. No obstante, es importante tener en cuenta que Ecuador también aplica políticas que buscan proteger a ciertos sectores de la economía nacional, lo que puede generar fluctuaciones en la facilidad para importar productos dependiendo del tipo de bienes y los países de origen (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2024).

Por otro lado, el sistema de impuestos en Ecuador juega un rol determinante en el comercio electrónico y las importaciones. El Impuesto al Valor Agregado IVA y otros tributos como los aranceles de importación pueden aumentar el costo final de los productos tecnológicos. Además, el gobierno ha implementado programas como el FODINFA Fondo para el Desarrollo Infantil y RISE Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano, que

buscan formalizar y apoyar a los pequeños negocios, pero también afectan a las empresas en términos de costos y trámites administrativos (Tributos y Derechos Arancelarios, 2022).

Las regulaciones fiscales pueden influir en la decisión de las empresas de importar equipos tecnológicos y en la competitividad del mercado local. Finalmente, las políticas dirigidas a fomentar la inversión extranjera y el desarrollo tecnológico también impactan el comercio electrónico. Ecuador ha establecido incentivos fiscales para empresas que invierten en áreas de investigación y desarrollo I+D, con el objetivo de modernizar el sector tecnológico y atraer inversiones extranjeras (Ecuador, Servicio de Rentas Internas, 2024).

De esta forma, las políticas pueden facilitar la importación de tecnología avanzada y apoyar la expansión del comercio electrónico, lo que resulta esencial para las empresas que operan en este ámbito y desean mantenerse competitivas en un mercado globalizado; este análisis del entorno político evidencia que las políticas de libre comercio, el régimen impositivo y las iniciativas gubernamentales para incentivar la tecnología son factores clave que las empresas deben considerar al planificar sus actividades de importación en el sector del comercio electrónico en Ecuador.

Regulaciones gubernamentales

Implementación de políticas para fomentar el desarrollo tecnológico, como la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y la Estrategia Nacional de Transformación Digital y Audiovisual; también es importante las políticas para atraer inversión extranjera; así como incentivos fiscales, como exenciones de impuestos para inversiones en Investigación y Desarrollo (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2023).

Económico

Comercio exterior

En Ecuador, la regulación de los precios de importación y exportación, así como la supervisión de convenios y acuerdos internacionales, está a cargo del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

MPCEIP. Este ministerio es el principal organismo gubernamental encargado de formular políticas y regulaciones para promover el comercio exterior, facilitar las inversiones y fomentar la competitividad de los productos ecuatorianos en los mercados internacionales.

Ecuador ha firmado varios tratados de libre comercio TLC y acuerdos comerciales preferenciales que impactan directamente en la importación de equipos computacionales. Estos acuerdos buscan reducir las barreras arancelarias, facilitar el acceso a tecnología avanzada y mejorar la competitividad del sector tecnológico. Por ejemplo, el Acuerdo Multipartes con la Unión Europea permite que ciertos productos tecnológicos, incluyendo computadoras, ingresen al mercado ecuatoriano con aranceles reducidos o eliminados, lo que beneficia tanto a los importadores como a los consumidores.

Asimismo, Ecuador forma parte de la Comunidad Andina de Naciones CAN y ha establecido acuerdos de complementación económica con varios países de América Latina, como México y Chile. Estos acuerdos incluyen disposiciones específicas que facilitan la importación de productos tecnológicos, garantizando que las empresas ecuatorianas puedan acceder a equipos computacionales de alta calidad a precios competitivos.

Además, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E juega un papel esencial en la implementación de estas políticas, asegurando el cumplimiento de las regulaciones arancelarias y facilitando el comercio exterior a través de procedimientos aduaneros eficientes.

Balanza comercial del sector tecnológico

La balanza comercial es un indicador que refleja la diferencia entre el valor de las exportaciones y las importaciones de un país en un periodo determinado. En el sector tecnológico de Ecuador, muestra una tendencia desfavorable, reflejando una alta dependencia de las importaciones de productos tecnológicos.

De acuerdo con datos de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (2023), Ecuador registró un superávit general de USD 2,341 millones en su balanza comercial, producto de exportaciones por USD 32,658 millones e

importaciones por USD 30,317 millones. Sin embargo, este superávit se debe principalmente a las exportaciones petroleras y de productos agrícolas, como el camarón y el banano, más que a productos tecnológicos.

Regulaciones de Inversión en el Sector Tecnológico

El gobierno ecuatoriano ha implementado varias regulaciones y políticas para atraer inversión extranjera y fomentar el desarrollo del sector tecnológico. Algunas de las medidas clave incluyen:

Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera.

Esta ley facilita la colaboración entre el sector público y privado, ofreciendo incentivos fiscales y administrativos para proyectos tecnológicos e infraestructurales.

Exenciones Fiscales. Las empresas que invierten en sectores prioritarios, incluido el tecnológico, pueden beneficiarse de exenciones de impuestos sobre la renta y aranceles de importación para equipos tecnológicos. Este apoyo financiero busca reducir costos y promover la adopción de nuevas tecnologías.

Zonas Económicas Especiales ZEE

En estas zonas, las empresas pueden disfrutar de beneficios fiscales y arancelarios. Estas zonas están diseñadas para atraer inversiones en manufactura y tecnología, permitiendo importaciones con aranceles reducidos o nulos.

Protección de la Inversión

Ecuador ha firmado acuerdos bilaterales de inversión con varios países, garantizando la protección legal y la seguridad jurídica para los inversores extranjeros. Esto crea un entorno más seguro y predecible para las inversiones a largo plazo.

Programas de Financiamiento y Apoyo

A través del Banco de Desarrollo del Ecuador BDE y otras instituciones financieras, el gobierno ofrece programas de financiamiento para proyectos

tecnológicos, incluyendo créditos blandos y subvenciones para startups y empresas tecnológicas.

Estas regulaciones y políticas buscan mejorar la competitividad del sector tecnológico en Ecuador, facilitando la importación de equipos y promoviendo el desarrollo de capacidades locales para reducir la dependencia de las importaciones en el largo plazo.

Crecimiento económico

En los últimos años, Ecuador ha experimentado un crecimiento económico moderado. Con un crecimiento de 1.4% en 2023 (González, 2023). El crecimiento económico permite mayor inversión en infraestructura tecnológica.

Inflación

La inflación en Ecuador fue del 3.5% en 2022, para 2023, la inflación se proyecta en 1.5% (González, 2023), esta inflación relativamente estable en gran parte gracias a la dolarización afecta de manera positiva al sector tecnológico ya que permite una estabilidad en precios y costes de producir tecnología que resultan más competitivos respecto a otros países de la región.

Poder adquisitivo

Gracias a la estabilidad de la inflación el poder adquisitivo se ha mantenido lo cual ha tenido un impacto directo en la adopción y uso de tecnología en Ecuador. En 2023, la penetración de internet en Ecuador alcanzó el 81.3% de la población, así mismo la adopción de smartphones ha crecido significativamente, facilitada por el acceso a dispositivos más asequibles y una mejor conectividad (Lexis, 2023).

Social

Demografía

La población joven de Ecuador es un factor positivo para la adopción de nuevas tecnologías.

Educación

Cada vez más instituciones educativas ofrecen programas

especializados en tecnología e ingeniería.

Cultura tecnológica

La adopción de nuevas tecnologías está en aumento en Ecuador, impulsada por el uso de smartphones y redes sociales.

Tecnológico

Innovación

El ritmo de innovación tecnológica es acelerado. Incubadoras y aceleradoras como la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación AEI apoyan la innovación en el país. La inversión en I+D es esencial para mantenerse competitivo IT ahora.

Infraestructura

La mejora de la infraestructura tecnológica, como el despliegue de redes 5G y la futura implementación de 6G.

Investigación y desarrollo I+D

La inversión en I+D es crítica. Programas como el Programa de Innovación y Competitividad del BID fomentan la innovación, pero se necesita mayor participación del sector privado IT ahora.

Ecológico

Sostenibilidad

Las empresas tecnológicas deben adoptar prácticas sostenibles para reducir su huella ambiental.

Regulaciones ambientales

Las leyes y normativas ambientales, como la Ley de Gestión Ambiental, impactan a las empresas tecnológicas, incentivando prácticas más sostenibles.

El cambio climático puede afectar la infraestructura tecnológica y la disponibilidad de recursos. Las empresas ahora tienen la oportunidad de poder reciclar los equipos tecnológicos y disminuir la contaminación que existe al tener que producir nuevos equipos tecnológicos.

Reciclaje de productos tecnológicos

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2015), en Latinoamérica, se genera el 9% de la basura electrónica mundial, además, según Dávalos (2021), cada ecuatoriano genera 5,7 kilos de basura electrónica, mientras que Ecuador generó 99 toneladas de desechos electrónicos en 2019. El proceso de reciclaje implica el desmontaje y separación de los componentes de los dispositivos electrónicos, recuperando materiales como plásticos, metales y vidrio, que pueden ser reinsertados en el sistema productivo, reduciendo la necesidad de extraer nuevas materias primas.

El reciclaje electrónico ofrece múltiples beneficios ambientales. Primero, reduce las emisiones de gases de efecto invernadero GEI al disminuir la demanda de energía necesaria para la producción de nuevos dispositivos, ya que la fabricación de productos tecnológicos es intensiva en energía y contribuye significativamente a las emisiones de CO₂.

Segundo, conserva los recursos naturales al recuperar metales valiosos como oro, plata y cobre, evitando la minería destructiva y protegiendo los ecosistemas naturales. Además, previene la contaminación del aire, el agua y el suelo al evitar que metales pesados y otros materiales tóxicos presentes en los dispositivos electrónicos lleguen a los vertederos.

Legal

El fundamento legal está dado en los siguientes preceptos:

Ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos

La ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos está regulada por el Ministerio de Telecomunicaciones MINTEL, esta ley tiene como objeto, regular los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico.

Normativas de seguridad y privacidad

La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales establece estándares para la seguridad y privacidad de los datos, esenciales para generar confianza en el uso de servicios tecnológicos.

Cumplimiento regulatorio

Las empresas deben cumplir con diversas normativas locales e internacionales, lo que puede ser un desafío, pero es necesario para operar de manera legal y ética. El incumplimiento puede resultar en sanciones y dañar la reputación de la empresa.

El sector tecnológico en Ecuador ofrece muchas oportunidades y desafíos. Las empresas deben navegar un entorno regulatorio complejo y mantenerse a la vanguardia de la innovación para ser competitivas. La estabilidad política y económica, junto con una infraestructura tecnológica adecuada, son fundamentales para el crecimiento del sector. Además, la educación y la cultura tecnológica desempeñan un papel crucial en la adopción de nuevas tecnologías, mientras que las consideraciones ecológicas y legales aseguran prácticas sostenibles y conformidad normativa.

Capítulo III: Referencial

Impacto a nivel mundial

Crecimiento y Desafíos del Comercio Global en 2023

Para el 2024, la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2024), pronosticó un crecimiento del volumen del comercio de mercancías del 2.6%, un aumento respecto al 1.2% observado en 2023. Esta desaceleración se atribuye a la incertidumbre global debido a tensiones geopolíticas, inseguridad alimentaria, inestabilidad financiera por políticas monetarias estrictas y altos niveles de deuda. La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo, también registró un crecimiento del comercio de bienes en el primer trimestre de 2023, con un aumento del 1.9% en valor y del 1.4% en volumen (Banco Central del Ecuador, 2023).

Impacto en las Importaciones de Computadoras a nivel mundial

El comercio electrónico ha facilitado que consumidores y empresas accedan a una amplia gama de productos tecnológicos a nivel mundial. Esto no solo ha incrementado el volumen de importaciones de computadoras, sino que también ha permitido una mayor diversificación de proveedores y una reducción de costos. Países como China, EE.UU., y varias naciones europeas registran altos porcentajes de ventas de productos tecnológicos a través de eCommerce, impulsando así el comercio transfronterizo.

Factores que Afectan el Comercio Global

Díaz y Montealegre (2022) señalan que los índices de exportaciones e importaciones han aumentado debido a varios factores: el atasco logístico por la escasez de contenedores desde agosto de 2021, la recuperación desigual de las economías que ha generado escasez y encarecimiento de productos, los impactos del conflicto bélico en Ucrania que han elevado los precios de cereales y combustibles, la inflación internacional en niveles récord en 2022, el incremento de las tasas de interés por parte de los bancos centrales, y la complicación logística en la zona del conflicto que ha elevado los fletes internacionales.

Estos factores han influido en la demanda y disponibilidad de productos tecnológicos, afectando las dinámicas de importación y exportación a nivel mundial. En particular, las tensiones geopolíticas y los problemas logísticos han generado desafíos adicionales para el comercio electrónico, impactando tanto a consumidores como a empresas que dependen de estas plataformas para la adquisición de equipos tecnológicos.

De acuerdo con lo especificado por Aranibar y Quispe (2023), en el estudio sobre las tendencias actuales en el comercio global, la importancia creciente del comercio internacional y el comercio exterior como impulsores clave de la prosperidad económica global, destacaron que las políticas comerciales deben equilibrar el libre mercado con el proteccionismo, promoviendo la participación en acuerdos comerciales y tratados de libre comercio que fomenten la integración multilateral y bilateral.

Además, la inversión en infraestructura, logística e innovación tecnológica, junto con la consideración de factores socioeconómicos, culturales, sanitarios y ambientales, es crucial para mejorar la conectividad y eficiencia en el comercio. Sin embargo, también se subraya la necesidad de abordar el impacto ambiental del comercio y las desigualdades socioeconómicas, buscando un equilibrio entre el crecimiento económico y la sostenibilidad ambiental. Este enfoque holístico permite una mejor comprensión de los patrones comerciales emergentes y su impacto en el desarrollo global.

Desde esta perspectiva, Raffo y Hernández (2021) exploraron las dinámicas del comercio global y su influencia en la prosperidad económica y la desigualdad en las últimas décadas, hallando que el crecimiento del comercio internacional ha generado tanto beneficios como desafíos para diferentes economías, donde se destacaron procesos virtuosos, como el aumento del comercio de bienes y servicios, que han impulsado la prosperidad en muchas economías emergentes.

Sin embargo, también se señala que estas dinámicas han exacerbado la desigualdad económica, perpetuando la pobreza en ciertos sectores de la sociedad. Este estudio enfatiza la necesidad de un enfoque crítico y

equilibrado en las políticas comerciales y la globalización, para mitigar los efectos adversos y fomentar un desarrollo más equitativo.

Factores a nivel latinoamericano

Impacto Latinoamericano de la importación y exportación de computadoras

De acuerdo con Agudelo et al. (2020), las dinámicas económicas y políticas en América Latina han moldeado el comercio de tecnología, con un enfoque particular en las importaciones y exportaciones de computadoras. Los autores destacan que, aunque la región ha mostrado un crecimiento sostenido en la demanda de tecnología, enfrenta desafíos significativos, como la dependencia de mercados externos y la volatilidad en las políticas comerciales. Asimismo, dejan entrever la importancia de la integración regional para fortalecer la posición de América Latina en el mercado global de tecnología, sugiriendo que una mayor colaboración entre los países de la región podría mejorar la competitividad y reducir los costos de importación.

Además, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2022), comparan la evolución de las importaciones y exportaciones de estos bienes en países clave de la región, como México, Brasil y Argentina, señalando que, aunque existe un crecimiento en las exportaciones de productos tecnológicos, las importaciones siguen siendo predominantemente más altas, lo que refleja una dependencia tecnológica de mercados extranjeros. Además, discuten cómo las políticas internas y la situación económica global han impactado las estrategias comerciales de estos países, destacando la necesidad de políticas más coherentes para fomentar la producción local y reducir la dependencia externa.

También, Hernández et al. (2020) examinaron las consecuencias de la globalización sobre el comercio de bienes tecnológicos en la región, con un enfoque en la importación y exportación de computadoras, estos argumentaron que la globalización ha facilitado el acceso a nuevas tecnologías y ha abierto mercados internacionales para los productos latinoamericanos; sin embargo, también ha intensificado la competencia y ha expuesto las debilidades estructurales de las economías locales, como la falta

de infraestructura tecnológica y el escaso desarrollo de capacidades industriales.

Indicadores en el Ecuador

El comercio electrónico ha experimentado un crecimiento significativo a nivel global, transformando las dinámicas del mercado y la forma en que los consumidores adquieren bienes y servicios. En el contexto ecuatoriano, esta tendencia no ha sido la excepción. Según el Banco Central del Ecuador (2023), las empresas se clasifican según su tamaño en función del número de empleados, facilitando así el análisis económico y la formulación de políticas públicas. A continuación, se detalla esta clasificación:

- **Microempresas:** Tienen entre 1 y 9 empleados e incluyen numerosos emprendimientos y negocios familiares que operan en diversos sectores de la economía.
- **Pequeñas Empresas:** Cuentan con entre 10 y 49 empleados. Suelen tener una estructura organizativa más formal que las microempresas y pueden operar en mercados locales y regionales.
- **Medianas Empresas:** Tienen entre 50 y 199 empleados. Estas empresas tienen una mayor capacidad productiva y pueden competir en mercados nacionales e internacionales.
- **Grandes Empresas:** Son aquellas con 200 o más empleados. Generalmente tienen una presencia significativa en el mercado, con operaciones complejas y diversificadas a nivel nacional e internacional.

Tabla 2. *Lista de las empresas importadoras en Ecuador para categoría de producto: Ordenadores, periféricos y software*

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
Asicecuador S.A. - Asic Ecuador Sa	2		Ecuador	Guayaquil
Avp Sistemas S.A. - Avp Sistemas	1	18	Ecuador	Guayaquil
Bestcomputer, S.A.	1	25	Ecuador	Guayaquil
Cartimex S.A. - Cartimex	1	182	Ecuador	Guayaquil

Compumarket, S.A.	1	30	Ecuador	Guayaquil
Marketcompu - Compu Market	1	30	Ecuador	Guayaquil
Compuplan, S.A.	2	10	Ecuador	Guayaquil
Compusariato Cia Ltda	1	50	Ecuador	Guayaquil
Computadoras San Eduardo S.A - Compseca	2	23	Ecuador	Guayaquil
Dicompu S.A.	1	30	Ecuador	Guayaquil
Distribucion De Tecnologia Computarizada Cia., Ltda. - Dtc	1	45	Ecuador	Guayaquil
Electrologica SA	1	40	Ecuador	Guayaquil
Electronica Siglo Xxi	1	150	Ecuador	Guayaquil
Electrosiglo S.A. - Electrosiglo Sa	1	150	Ecuador	Guayaquil
Gerencompu S A	4	100	Ecuador	Guayaquil
Imporcompu Del Ecuador, S.A.	2	13	Ecuador	Guayaquil
INTELLICOM, INFORMATICA Y AFINES CIA. LTDA.	1	10	Ecuador	Guayaquil
LOGYTECHMOBILE S.A.	1	77	Ecuador	Guayaquil
Lottotechnology S.A.	1	9	Ecuador	Guayaquil
Maccenter S.A.	1	9	Ecuador	Guayaquil
Maint S.A.	2	260	Ecuador	Guayaquil
Microway - Sistema De Computacion	2	8	Ecuador	Guayaquil
Oficompusa S.A.	2	4	Ecuador	Guayaquil
PC Comp, S.A.	1	45	Ecuador	Guayaquil
Righttek Tecnologia Apropiada SA	2	30	Ecuador	Guayaquil
Soluciones Tecnologicas Solteflex, SA	1	35	Ecuador	Guayaquil
Sonda del Ecuador Ecuasonda S.A.	1		Ecuador	Guayaquil
Suministros de Oficina Mips, S.A.	1	15	Ecuador	Guayaquil
Suministros De Oficinas Sa - Mips, Sa	1	10	Ecuador	Guayaquil
Tecnologia Avanzada Del Ecuador Tecnoav Cia. Ltda. - Tecnoav	1	33	Ecuador	Guayaquil
Tecnologia de Informacion Hiper, S.A.	2	16	Ecuador	Guayaquil
Teldiscorp S.A.	1	20	Ecuador	Guayaquil
Tropidatos S.A	1	13	Ecuador	Guayaquil
TUASA S.A.	1	1	Ecuador	Guayaquil
Unlimitedcorp S.A.	1	5	Ecuador	Guayaquil

Nota. Se muestra la lista de empresas importadoras de laptops. Trademap.org

En Guayaquil, existen 6 microempresas que importan computadoras, incluyendo empresas como Lottotechnology S.A., Maccenter S.A., y Microway. Además, hay 18 pequeñas empresas dedicadas a la importación de equipos computacionales. Ejemplos de estas empresas son Avp Sistemas

S.A., Compumarket S.A., y Compuplan S.A.

En la categoría de medianas empresas, Guayaquil cuenta con 5 compañías que importan computadoras, tales como Cartimex S.A., Compusariato Cia Ltda., y Electronica Siglo XXI Electrosiglo S.A. Finalmente, hay 1 gran empresa en Guayaquil que se dedica a la importación de equipos tecnológicos, Maint S.A.

El comercio electrónico ha transformado significativamente la dinámica del comercio mundial, incluidas las importaciones de computadoras y otros equipos tecnológicos. En 2023, las ventas globales de comercio electrónico alcanzaron aproximadamente los 6.3 billones de dólares, representando el 20.8% de las ventas minoristas totales a nivel mundial (Maceira, 2023). Este crecimiento refleja el aumento continuo del uso de plataformas de eCommerce para adquirir productos tecnológicos.

A partir de la década de 1970, Ecuador experimentó un incremento significativo en sus exportaciones, impulsado principalmente por el auge de la industria petrolera, que se consolidó como el principal producto de exportación del país. Este período también estuvo caracterizado por un crecimiento en las importaciones, especialmente de bienes de capital y tecnología, necesarios para el desarrollo de la infraestructura petrolera y otras industrias emergentes.

Sin embargo, la dependencia de un solo producto de exportación, como el petróleo, generó vulnerabilidad económica frente a las fluctuaciones de los precios internacionales del crudo (Banco Central del Ecuador, 2023). Durante los años 80 y 90, Ecuador enfrentó desafíos económicos significativos debido a crisis financieras internas y fluctuaciones en el mercado petrolero. Este período vio una diversificación limitada de sus exportaciones, con un aumento gradual en la exportación de productos agrícolas como el banano, camarón y cacao.

Las importaciones durante estos años se mantuvieron enfocadas en bienes de consumo y materias primas, necesarias para sostener la industria local. La política económica durante estas décadas también estuvo marcada por una liberalización gradual del comercio, incentivada por la adhesión de Ecuador a acuerdos comerciales regionales y globales, como la Comunidad

Andina y la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2024).

En la primera década del siglo XXI, Ecuador implementó políticas orientadas a fortalecer sus capacidades exportadoras y reducir la dependencia del petróleo. Esto incluyó incentivos para la exportación de productos no tradicionales y la promoción de la inversión en sectores estratégicos como la agricultura y la acuicultura.

Además, las importaciones continuaron siendo esenciales para la economía, con un aumento notable en la importación de tecnología, maquinaria y equipos industriales, necesarios para modernizar diversos sectores productivos. Este período también estuvo caracterizado por una creciente participación de Ecuador en acuerdos de libre comercio, que buscaban mejorar el acceso a mercados internacionales y atraer inversión extranjera directa (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2022).

Valor del mercado de comercio electrónico en el sector de computación

El valor del mercado de comercio electrónico en el sector de computación en Ecuador representa el total de las ventas realizadas a través de plataformas en línea en productos como computadoras de escritorio, laptops y tablets. Este mercado ha mostrado un crecimiento sostenido, proyectándose que alcanzará los 80.7 millones de dólares para el año 2024 (ECBD, 2024).

Este incremento es un reflejo de la creciente demanda de productos tecnológicos en el país, impulsada por una mayor adopción de las compras en línea debido a la comodidad y accesibilidad que ofrecen las plataformas de comercio electrónico. El valor de este mercado es un indicador clave para entender la expansión del comercio electrónico en el ámbito tecnológico dentro de Ecuador.

Crecimiento anual compuesto del mercado CAGR

El crecimiento anual compuesto del mercado CAGR es una métrica que permite observar el crecimiento sostenido y promedio del mercado a lo largo

del tiempo, en este caso entre 2024 y 2028. Se estima que el mercado de comercio electrónico en el sector de computación en Ecuador experimentará un CAGR del 3.7% durante este período. Este indicador refleja no solo la tendencia positiva del mercado, sino también la confianza de los consumidores en las plataformas digitales para la adquisición de equipos de computación. Además, un CAGR positivo sugiere que el comercio electrónico continuará siendo un motor importante de crecimiento para el sector tecnológico en Ecuador (ECBD, 2024).

Proporción del comercio electrónico en el mercado total de computación

La proporción del comercio electrónico en el mercado total de computación mide la participación de las ventas en línea en comparación con otros canales de venta más tradicionales. Se proyecta que esta proporción crecerá significativamente en Ecuador, pasando del 34.1% en 2024 al 49.6% en 2028.

Este aumento indica un cambio en los hábitos de consumo, con más usuarios optando por la conveniencia de las compras en línea, lo que también refleja mejoras en la infraestructura digital del país y una mayor penetración de internet. La tendencia hacia la digitalización del comercio es un reflejo de cómo las dinámicas del mercado están cambiando rápidamente en respuesta a las nuevas tecnologías y la demanda del consumidor moderno (Rodríguez, 2021).

Importaciones de equipos computacionales

Las importaciones de equipos computacionales en Ecuador representan el valor total de computadoras y dispositivos relacionados que ingresan al país desde el extranjero. En 2022, Ecuador importó equipos computacionales por un valor de 304 millones de dólares, lo que lo posiciona como el 63º mayor importador de estos productos a nivel mundial.

Estas importaciones provienen mayormente de países como China y Estados Unidos, lo que subraya la dependencia del mercado ecuatoriano de proveedores internacionales para satisfacer la creciente demanda interna de

tecnología. Este indicador es crucial para comprender la relación entre el comercio electrónico y la necesidad de importaciones, ya que el incremento en la demanda interna de productos tecnológicos a menudo se traduce en un aumento de las importaciones (OEC, 2022).

Tendencia de crecimiento de las importaciones

La tendencia de crecimiento de las importaciones de equipos computacionales en Ecuador ha sido significativa, especialmente entre 2021 y 2022, cuando se registró un aumento notable en las importaciones desde China y México. Este crecimiento está estrechamente relacionado con el auge del comercio electrónico, que ha impulsado la demanda de productos tecnológicos en el país. La expansión de las importaciones no solo refleja la creciente demanda, sino también la capacidad del mercado local para absorber un volumen cada vez mayor de productos tecnológicos provenientes del extranjero, lo que es un indicador de la interconexión entre el comercio electrónico y el comercio internacional (OEC, 2022).

Impacto del COVID-19 en el comercio electrónico

El impacto de la pandemia de COVID-19 fue un catalizador para el crecimiento del comercio electrónico en Ecuador, impulsando un cambio significativo en la manera en que los consumidores compran productos tecnológicos. La necesidad de evitar el contacto físico llevó a un aumento en las ventas en línea, lo que a su vez incentivó a los minoristas a mejorar sus plataformas digitales para mantener sus operaciones durante los períodos de confinamiento. Este cambio no solo aceleró la adopción del comercio electrónico, sino que también redefinió el panorama del comercio minorista en el país, estableciendo nuevas dinámicas de consumo que perdurarán en el tiempo (Rodríguez, 2021).

CAPITULO IV: Propuesta

La presente propuesta implementa un plan estratégico basado en la metodología Waterfall. Este enfoque, conocido por su estructura lineal y secuencial, asegura que cada fase del proyecto se complete de manera ordenada antes de avanzar a la siguiente, lo que permite un control riguroso y una documentación eficiente en cada etapa.

El contexto de la propuesta radica en la creciente importancia del comercio electrónico como un canal para la adquisición de bienes tecnológicos, lo que exige una coordinación eficiente entre las dimensiones comerciales y tecnológicas para maximizar los beneficios y minimizar los riesgos asociados a las importaciones.

El plan estratégico está compuesto por diez fases claramente definidas, que abarcan desde la constitución legal de la empresa hasta la recepción final de la mercancía. Cada fase ha sido diseñada para abordar aspectos del proceso de importación, incluyendo la gestión aduanera, la logística, la negociación con proveedores internacionales, y el manejo de divisas.

Además, se incorpora una plataforma de comercio electrónico que servirá como intermediario, facilitando las transacciones y mejorando la transparencia y trazabilidad del proceso. Esta propuesta busca mejorar la eficiencia operativa de las empresas importadoras, así como fortalecer su competitividad en un mercado global cada vez más interconectado.

Objetivo

Optimizar los procesos de importación de equipos computacionales en Guayaquil, Ecuador, a través de un plan estratégico estructurado bajo la metodología Waterfall, que integre el comercio exterior con el soporte tecnológico necesario para mejorar la eficiencia y competitividad de las empresas.

Fases de la propuesta

Tabla 3. Fase 1: Empresa con Representante Legal

Aspecto	Descripción
Objetivo	Constituir legalmente la empresa y designar un representante legal que gestione las operaciones comerciales.
Actividades Principales	1. Registro de la empresa ante las autoridades correspondientes. 2. Designación oficial del representante legal. 3. Obtención de las licencias y permisos necesarios para operar.
Responsables	Equipo legal, departamento de administración.
Resultados Esperados	Empresa constituida legalmente y con un representante legal designado para gestionar las operaciones comerciales.

Nota. Elaboración del autor

Tabla 4. Fase 2: Registro en la Superintendencia de Compañía

Aspecto	Descripción
Objetivo	Completar el registro de la empresa en la Superintendencia de Compañías de Ecuador para obtener reconocimiento oficial.
Actividades Principales	1. Preparación y presentación de los documentos requeridos para el registro. 2. Coordinación con la Superintendencia para obtener la aprobación y la inscripción en el registro de compañías.
Responsables	Departamento de administración y asuntos legales.
Resultados Esperados	Empresa registrada y legalmente reconocida por la Superintendencia de Compañías.

Nota. Elaboración del autor

Tabla 5. Fase 3: Contacto con Proveedor y Embajada o Consulado de Ecuador en China

Aspecto	Descripción
Objetivo	Establecer relaciones comerciales confiables con proveedores en China y obtener validación y apoyo de la Embajada o Consulado de Ecuador en China.
Actividades Principales	1. Identificación y selección de proveedores confiables en China. 2. Establecimiento de contacto formal y negociación de acuerdos comerciales. 3. Coordinación con la Embajada o Consulado para validar los acuerdos comerciales y asegurar apoyo diplomático en caso de ser necesario.
Responsables	Departamento de compras, equipo de comercio exterior.

Resultados Esperados	Acuerdos comerciales firmados y validados, con respaldo diplomático de la Embajada o Consulado de Ecuador en China.
-----------------------------	---

Nota. Elaboración del autor

Tabla 6. Fase 4: Trámites Aduaneros

Aspecto	Descripción
Objetivo	Asegurar el cumplimiento de todos los requisitos aduaneros para la importación de equipos computacionales, minimizando retrasos y costos adicionales.
Actividades Principales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparación de toda la documentación requerida para la importación, como facturas comerciales, certificados de origen, y licencias. 2. Coordinación con agentes aduanales para asegurar un despacho eficiente y sin problemas. 3. Monitoreo del proceso aduanero para resolver cualquier problema que pueda surgir de manera oportuna.
Responsables Resultados Esperados	Departamento de logística, agentes aduanales. Documentación aduanera completa y aceptación de la mercancía por parte de las autoridades aduaneras sin retrasos.

Nota. Elaboración del autor

Tabla 7. Fase 5: Impuestos

Aspecto	Descripción
Objetivo	Calcular y pagar correctamente todos los impuestos asociados a la importación, cumpliendo con las normativas fiscales del país.
Actividades Principales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cálculo de aranceles, IVA, y otros impuestos relevantes. 2. Pago de impuestos a las autoridades fiscales. 3. Registro de todos los pagos y obtención de los recibos oficiales para auditoría y control interno.
Responsables Resultados Esperados	Departamento financiero y contable. Pagos de impuestos completados correctamente, con cumplimiento total de las obligaciones fiscales.

Nota. Elaboración del autor

Tabla 8. Fase 6: Sitio Web de la Plataforma como Intermediario

Aspecto	Descripción
Objetivo	Desarrollar y mantener una plataforma web que facilite las transacciones de comercio electrónico, actuando como intermediario entre la empresa y los clientes o proveedores.
Actividades Principales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño y desarrollo de una plataforma web que integre funcionalidades de comercio electrónico. 2. Integración con sistemas de pago en línea y gestión

	de pedidos. 3. Pruebas y aseguramiento de la calidad para garantizar que la plataforma funcione de manera eficiente y segura.
Responsables	Departamento de TI, equipo de desarrollo web.
Resultados Esperados	Plataforma web completamente operativa y lista para gestionar transacciones de comercio electrónico.

Nota. Elaboración del autor

Tabla 9. Fase 7: Tipos de Cambio de Divisas - Entre Países

Aspecto	Descripción
Objetivo	Gestionar eficazmente las transacciones internacionales para aprovechar las fluctuaciones del tipo de cambio entre divisas y minimizar los costos financieros.
Actividades Principales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Monitoreo continuo de los tipos de cambio entre el dólar estadounidense y el yuan chino. 2. Negociación de tasas de cambio favorables con instituciones financieras. 3. Implementación de estrategias de cobertura cambiaria para mitigar riesgos. 4. Documentación y control de las operaciones financieras relacionadas con el cambio de divisas.
Responsables Resultados Esperados	Departamento financiero, equipo de comercio exterior. Transacciones internacionales realizadas de manera eficiente, con minimización de costos relacionados con el cambio de divisas.

Nota. Elaboración del autor

Tabla 10. Fase 8: SWIFT-Financiero

Aspecto	Descripción
Objetivo	Facilitar las transferencias internacionales de fondos de manera segura y rápida, utilizando el sistema SWIFT para asegurar la eficiencia y transparencia en las transacciones.
Actividades Principales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Configuración y mantenimiento de cuentas bancarias internacionales que soporten transacciones SWIFT. 2. Coordinación con bancos para asegurar transferencias eficientes y seguras. 3. Planificación de las transferencias de fondos según los cronogramas acordados con los proveedores. 4. Registro y monitoreo de todas las transferencias realizadas, asegurando cumplimiento normativo y transparencia.
Responsables Resultados Esperados	Departamento financiero, banco de la empresa. Transferencias internacionales completadas con éxito, con confirmaciones y registros adecuados en el sistema financiero.

Nota. Elaboración del autor

Tabla 11. Fase 9: Logística Segura entre Aduana y la Empresa que Recibe

Aspecto	Descripción
Objetivo	Asegurar un proceso logístico eficiente y seguro para el transporte de los equipos computacionales desde la aduana hasta las instalaciones de la empresa receptora.
Actividades Principales	<ol style="list-style-type: none">1. Selección de proveedores logísticos con experiencia y buenas referencias.2. Coordinación de horarios de entrega y planificación de rutas seguras.3. Implementación de sistemas de seguimiento y monitoreo en tiempo real.4. Contratación de seguros de carga para cubrir el valor de la mercancía durante el transporte.5. Establecimiento de protocolos de seguridad en el transporte para prevenir pérdidas y daños.
Responsables	Departamento de logística, operadores logísticos.
Resultados Esperados	Entrega segura y puntual de la mercancía en las instalaciones de la empresa, con riesgos minimizados durante el transporte.

Nota. Elaboración del autor

Tabla 12. Fase 10: Recepción de Mercadería de la Empresa

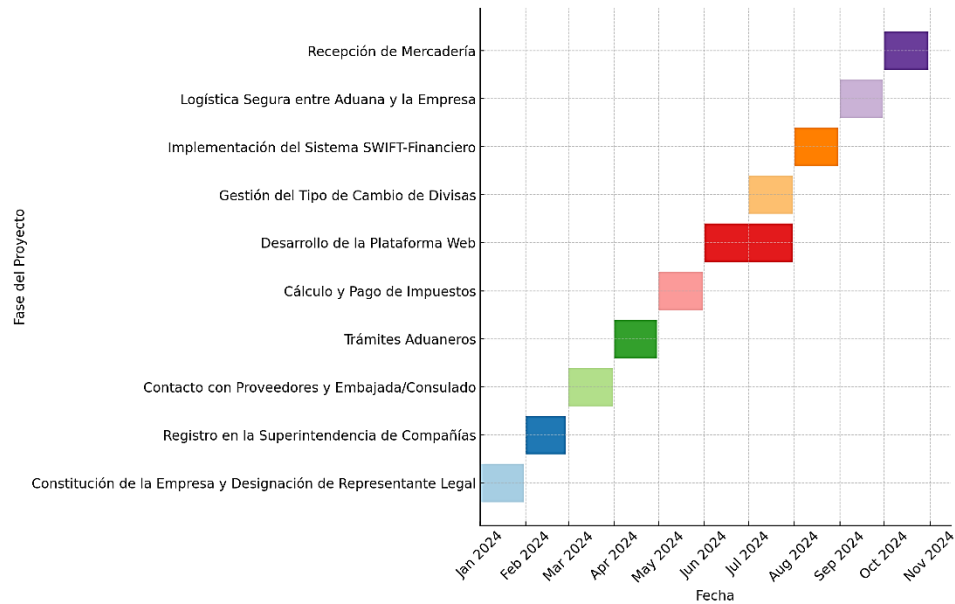
Aspecto	Descripción
Objetivo	Asegurar la correcta recepción, inspección y registro de los equipos computacionales en las instalaciones de la empresa.
Actividades Principales	<ol style="list-style-type: none">1. Verificación de documentos de envío y aduana para asegurar exactitud y cumplimiento legal.2. Inspección física de los equipos para confirmar que cumplen con las especificaciones y están en buen estado.3. Registro de los productos en el sistema de inventario de la empresa.4. Generación de reportes de recepción detallados sobre el estado de la mercancía.5. Preparación de la mercancía para su distribución interna o comercialización.
Responsables	Departamento de almacén, equipo de control de calidad.
Resultados Esperados	Mercancía recibida, inspeccionada y registrada correctamente, lista para su uso o distribución según los requerimientos de la empresa.

Nota. Elaboración del autor

Diagrama de Gantt

Figura 20.

Plan Estratégico para Importación de Equipos Computacionales



Nota: Elaboración del autor

La tabla refleja un enfoque organizado y lineal, donde cada fase del proyecto está claramente definida con sus fechas de inicio y fin, cuyo enfoque es característico de la metodología Waterfall, que asegura que no se avance a la siguiente fase sin haber completado la anterior. De esta forma, se permite un control riguroso sobre el progreso del proyecto y minimiza el riesgo de errores o retrabajos. Cada fase está diseñada para abordar aspectos relevantes del proceso de importación, asegurando que todas las tareas necesarias se realicen de manera eficiente y dentro de los plazos establecidos.

CONCLUSIONES

El análisis realizado sobre el impacto del comercio electrónico en las importaciones de equipos computacionales en Guayaquil, Ecuador, durante el periodo 2022-2023, permite concluir que, aunque este canal de ventas ha facilitado el acceso a una mayor variedad de productos y precios competitivos, su influencia en la balanza comercial general del país aún es limitada debido a la escala relativamente pequeña del mercado ecuatoriano.

En términos de adopción tecnológica, el comercio electrónico ha contribuido a la modernización y digitalización de los procesos comerciales, lo que ha permitido una integración más efectiva de las tecnologías avanzadas en el país. Sin embargo, el pleno aprovechamiento de estas plataformas depende de la mejora continua en infraestructura digital y el desarrollo de competencias tecnológicas en la fuerza laboral local.

Los resultados obtenidos de la encuesta complementan estos hallazgos, destacando que los actores involucrados en el proceso de importación perciben de manera positiva la eficiencia que el comercio electrónico ha traído a sus operaciones, especialmente en la gestión aduanera y la logística. A pesar de esta percepción positiva, se identifican desafíos significativos, como problemas logísticos y la necesidad de un mayor apoyo en infraestructura digital y políticas fiscales que puedan favorecer el crecimiento sostenido de este canal de comercio.

Además, la relevancia del comercio electrónico no se limita solo al ámbito económico, sino que también tiene un impacto positivo en la calidad de vida de los ciudadanos, reduciendo la brecha digital y promoviendo la inclusión social al facilitar el acceso a herramientas esenciales para la educación y el trabajo. Por tal motivo, se resalta la importancia del desarrollo de políticas públicas que fortalezcan la infraestructura tecnológica del país y fomenten la innovación, asegurando un entorno regulatorio favorable para el crecimiento del comercio electrónico en Ecuador.

REFERENCIAS

- Agudelo, Chomali, & Suniaga. (2020). *Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/657e3543-74b1-4163-89e5-8e422d23edd8/content>
- Albarrán, D., & Mejía, P. (2021). Integración comercial y comercio exterior en el Mercosur: 1962-2013. *Economía Coyuntural*, 6(3). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222021000300005#:~:text=La%20idea%20central%20de%20Heckscher,Fontagn%C3%A9%20y%20Freudenberg%2C%201997.
- Aranibar, & Quispe. (2023). Exploración del comercio global: una revisión integral del comercio internacional y el comercio exterior. *Quipukamayoc*, 31(66). doi:10.15381/quipu.v31i66.25573
- Arévalo, B. (2020). Una modernización importada. Consumo de artículos extranjeros en el Valle del Cauca (1850-1900). *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras*, 26(1). doi:10.18273/revanu.v26n1-2021006
- Arredondo, M. (2021). Análisis de la rse y el impacto de la cadena de suministro en las prácticas de desempeño sustentable: Un estudio de caso en una empresa exportadora mexicana. *Investigación y Desarrollo*, 29(1). doi:10.14482/indes.29.1.658.408
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Informe de Resultados de Comercio Exterior*. Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica.
- Becerra, E., Ojeda, R., Lituma, M., & Carrasco, T. (2023). Análisis de estados financieros, como herramienta útil para la gestión económica tras la pandemia COVID 19. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202023000300263
- Béjar, V., Valenzo, M., Madrigal, F., Madrigal, S., & Montesinos, O. (2022). Comercio electrónico y hábitos de los consumidores durante la pandemia de COVID-19 en México. *Innovar*, 32(68). doi:innovar.v32n86.104665

- Betancourt, M. (2023). Competencia oligopólica y comercio internacional: examinando la calidad de productos. *Ensayos. Revista de economía*, 41(2). doi:10.29105/ensayos41.2-3
- Cajamarca et.al. (2023). *ACADEMIA EDU*. Obtenido de El impacto del e.commerce: file:///C:/Users/ana.ulloa/Downloads/642-2369-1-PB.pdf
- Castillo, J. (2021). *Tópicos de Economía Política*. Editorial Teseo. doi:10.55778/ts877232844
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2022). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe. Dinámica y desafíos de la inversión para impulsar una recuperación sostenible e inclusiva*. CEPAL. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/f221aa4c-8df5-439f-aaa4-f4b1bb5c0e82/content>
- Crovetto, N., & Hernán, N. (2018). La crítica a la teoría clásica de las ventajas comparativas y los orígenes del pensamiento propio. Un análisis de las raíces del estructuralismo latinoamericano. *Ciclos en la historia, la economía y la sociedad*, 29(50). Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-37352018000100005
- Csoban, E., Esqueda, S., & Ríos, A. (2024). Predicción del comportamiento de compra online: una aplicación del modelo S-O-R. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 14(27). Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182024000100021
- Dávalos. (2021). *Cada ecuatoriano genera 5,7 kilos de basura electrónica*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/basura-electronica-mundo-ecuador/>
- Díaz, & Montealegre. (2022). Crisis Internacional de Contenedores en las Exportaciones de Banano desde Ecuador. *Economía y negocios UTE Revista*, 13(2), 124-132. doi:10.29019/eyn.v13i2.1008
- Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. doi:10.33890/innova.v6.n1.2021.1465

- Domínguez, R., & Vera, R. (2022). Análisis espacial del ciberfraude al comercio electrónico: consideraciones en agenda política Tamaulipeca. *Podium*(41). doi:10.31095/podium.2022.41.2
- ECBD. (2024). *Mercado de la electrónica en Ecuador*. Obtenido de eCommerce Data Analytics, Rankings & Insights: <https://ecommercedb.com/markets/ec/computing>
- Ecuador, Servicio de Rentas Internas. (2024). *Régimen Impositivo Simplificado (RISE)*. Obtenido de sri.gob.ec: <https://www.sri.gob.ec/regimen-impositivo-simplificado-rise>
- Federación Ecuatoriana de Exportadores. (2023). *Superávit de 2.341 millones de dólares en balanza comercial de Ecuador 2022*. Obtenido de Swissinfo.ch: [https://www.swissinfo.ch/spa/super%C3%A1vit-de-2-341-millones-de-d%C3%B3lares-en-balanza-comercial-de-ecuador-2022/48301060#:~:text=%2D%20La%20balanza%20comercial%20de%20Ecuador,Ecuatoriana%20de%20Exportadores%20\(Fedexpor\)](https://www.swissinfo.ch/spa/super%C3%A1vit-de-2-341-millones-de-d%C3%B3lares-en-balanza-comercial-de-ecuador-2022/48301060#:~:text=%2D%20La%20balanza%20comercial%20de%20Ecuador,Ecuatoriana%20de%20Exportadores%20(Fedexpor)).
- Freire, C., Carrera, F., Hurtado, G., & Matute, J. (2022). Análisis de las relaciones internacionales del Ecuador con la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para determinar su efecto en el flujo del comercio internacional de la región. *Información tecnológica*, 33(1). doi:10.4067/S0718-07642022000100025
- Gao, J., Bakkar, A., Khawar, S., Hamayun, M., Masukujjaman, M., & Shah, S. (2023). Impacto de la adopción del comercio electrónico y el marketing digital en el desempeño financiero y de sostenibilidad de las mipymes durante la pandemia de COVID-19: un estudio empírico. *Sostenibilidad*, 15(2), 1594. doi:10.3390/su15021594
- García, N., Almeida, P., & Machado, F. (2022). El comercio justo como estrategia para el desarrollo de los pequeños productores del Ecuador. *Revista electrónica TAMBARA*, 19(106), 1585-1595. Obtenido de https://base.socioeco.org/docs/22_garcia-almeida-machado_el_comercio_justo_como_estrategia_para_el_desarrollo.pdf
- Gómez, I. (2021). El actual viejo debate de apertura y crecimiento1. *Suma de Negocios*, 4(2). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-

910X2013000200081

González. (2023). Inflación en Ecuador se proyecta en 3,5% para 2023, según la ONU. *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/inflacion-precios-ecuador-onu/>

González, R., & Hernández, F. (2021). Asia y el gran desafío de la COVID-19: resiliencia y adaptación. *Economía y Desarrollo*, 165(1). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842021000200009

Guevara, J. (2024). *Lo que comercializan los países*. Obtenido de The Conversation: <https://theconversation.com/lo-que-comercializan-los-paises-216097>

Hernández, Báez, & Carrasco. (2020). Impacto económico y social de la ciencia y la tecnología en el desarrollo. *Revista de Ciencia y Tecnología*(34). Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-75872020000200015

Krause, M. (2021). *Gottfried Haberler, un austriaco con importantes contribuciones y algunas diferencias*. Obtenido de El Foro y el Bazar, Universidad Francisco Marroquín: <https://bazar.ufm.edu/gottfried-haberler-austriaco-importantes-contribuciones-algunas-diferencias/>

Kwan, C., & Ortiz, L. (2021). Adopción del E-commerce: Un estudio meta-analítico. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 17(1). doi:10.18004/riics.2021.junio.04

Lacaze, M. (2023). Los fundamentos conceptuales del modelo gravitacional de comercio: una revisión de la literatura. *Estudios económicos*, 40(80). Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2525-12952023000100251

Lara, N., & Rojo, M. (2021). Ciencia y tecnología en Ecuador. Una revisión al estado del arte. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1). doi:10.35290/rcui.v8n1e.2021.486

Laudon, K., & Traver, C. (2020). *E-Commerce 2019: Empresa, Tecnología y Sociedad* (Quinceava ed.). Editorial Pearson Educación.

- Lexis. (2023). *El Panorama Digital en Ecuador en 2023: Estadísticas de Usuarios de Internet, Redes Sociales y Conexiones Móviles*. Obtenido de LexisBlog: <https://www.lexis.com.ec/blog/legaltech/el-panorama-digital-en-ecuador-en-2023-estadisticas-de-usuarios-de-internet-redes-sociales-y-conexiones-moviles>
- López, C., Castro, L., Quito, K., & Bocanegra, L. (2020). Beneficios y oportunidades de mejoramiento para la internacionalización de empresas comercializadoras de lulo en Colombia. *Revista Economía y Política*(32). doi:10.25097/rep.n32.2020.03
- Maceira, J. (2023). *Estadísticas de ecommerce en 2023 que muestran el potencial de los negocios online*. Obtenido de Orienteed: <https://orienteed.com/es/estadisticas-de-ecommerce-en-2023/>
- Malpartida, O., Román, V., & Salas, H. (2023). Impacto del comercio electrónico en la gestión de ventas en el Emporio Comercial de Gamarra (Lima-Perú), 2021. *Academo (Asunción)*, 10(2). doi:10.30545/academo.2023.jul-dic.9
- Manosalvas, C., Manosalvas, L., Guerrero, M., & Silva, D. (2023). Absorptive Capacity in Inbound and Outbound Open Innovation in Emerging Economy context. *Revista Científica y Humanística de la Universidad del Zulia*, 28(103). doi:10.52080/rvgluz.28.103.10
- Meléndez, E., & Abrego, D. (2021). El papel de la confianza en la intención de uso del comercio electrónico. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 42(6). doi:10.17013/risti.42.30–45
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2023). *Ecuador avanza en el camino de la transformación digital*. Obtenido de telecomunicaciones.gob.ec: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ejecutivo-promulgo-reglamento-para-aplicacion-de-la-ley-de-transformacion-digital-y-audiovisual/>
- Muñoz, J. (2021). Teorías clásicas del comercio internacional y sus antecedentes: de Aristóteles a Rybczynski. *ResearchGate*, 11(33), 124-149. doi:10.52428/20758960.v11i33.155
- OEC. (2022). *Computadoras en Ecuador*. Obtenido de Observatorio de la Complejidad Económica: <https://oec.world/en/profile/bilateral->

product/computers/reporter/ecu

- OMC. (2024). *La OMC prevé una recuperación del comercio mundial, aunque advierte de una posible revisión a la baja*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio: https://www.wto.org/spanish/news_s/news24_s/tfore_10apr24_s.htm
- ONU. (2015). *El 9% de la basura electrónica mundial es generada en América Latina*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <https://news.un.org/es/story/2015/12/1346181>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *El comercio electrónico en tiempos de COVID-19*. Obtenido de OECD.org: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/>
- Paredes, G. (2016). ¿Cómo justifica David Ricardo su propuesta de libre comercio? *Revista Alternativas*, 17(1), 75. Obtenido de <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA675821701&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=13901915&p=IFME&sw=w&userGroupName=anon%7E7cbb288a&aty=open-web-entry>
- Peña, M., & Anías, C. (2020). Modelo para la gestión de infraestructuras de tecnologías de la información. *TecnoLógicas*, 23(48). doi:10.22430/22565337.1449
- Ráez, R., Jiménez, W., & Buitrago, J. (2022). Las teorías de la competitividad: una síntesis. *Revista republicana*, 31(110). doi:rev.repub.2021.v31.a110
- Raffo, L., & Hernández, E. (2021). Comercio internacional, prosperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del CENES*, 40(71), 133-164. doi:10.19053/01203053.v40.n71.2021.11736
- Ramírez, M., & Arias, J. (2022). Análisis organizacional de las Aduanas en Ecuador, durante la pandemia Covid 19 periodo 2020 - 2021. *Digital Publisher*, 7(5), 58-76. doi:10.33386/593dp.2022.5.1289
- Rinconada, F., García, F., & Serna, J. (2022). Especialización y ventaja comparativa del sector citrícola en México: 1990-2018. *Economía: teoría y práctica*(56). doi:10.24275/etypuam/ne/562022/rinconada
- Rinconada, F., Serna, J., & Valdez, R. (2023). Competitividad de la carne de res fresca mexicana en el mercado estadounidense, 1967-2020 .

- Análisis Económico*, 38(97), 129-148.
doi:10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v38n97/Rinconada
- Riveros, A. (2018). *Las teorías del Comercio Internacional*. Obtenido de EALDE Business School: <https://www.ealde.es/teorias-comercio-internacional/>
- Rodríguez, I. (2021). *Marketing digital y comercio electrónico*. Pirámide.
- Ruiz, P. (2020). El teorema Heckscher-Ohlin y la economía mexicana. Una visión crítica de la economía neoliberal. *El trimestre económico*, 87(345). doi:10.20430/ete.v87i345.929
- Salas, M., Ábrego, D., & Mendoza, J. (2021). Intención, actitud y uso real del e-commerce. *Investigación administrativa*, 50(127). doi:10.35426/iav50n127.03
- Santiago, J., & Quiñonez, G. (2022). Políticas públicas de emprendimiento y empresas resultado de investigación universitaria en el departamento del Meta (2006-2018)*. *Pensamiento & Gestión*(52). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762022000100006
- Sempere, J. (2022). ¿Ha fracasado la teoría del libre comercio? Una revisión crítica de la teoría de los tratados comerciales. *Foro internacional*, 62(3). doi:10.24201/fi.v62i3.2633
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2024). *Para Importar*. Obtenido de [aduana.gob.ec:](https://www.aduana.gob.ec/) <https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-importar/>
- Tributos y Derechos Arancelarios. (2022). *Derechos Arancelarios*. Obtenido de [importacionesecuador.com.:](https://www.importacionesecuador.com.) <https://www.importacionesecuador.com.ec/impuestos-aduaneros/derechos-arancelarios>
- Turban, E., Outland, J., King, D., Kyu, D., Peng, T., & Turban, D. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective* (Novena ed.). Springer Text in Business and Economics.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Camargo Espinoza, Kevin Andrés, con C.C: # 0924893381 autor del trabajo de titulación: **Impacto del comercio electrónico sobre las importaciones de equipos computacionales en Guayaquil Ecuador en el periodo 2022 al 2023**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 30 de agosto de 2024

f. _____

Camargo Espinoza, Kevin Andrés

C.C: **0924893381**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Impacto del comercio electrónico sobre las importaciones de equipos computacionales en Guayaquil Ecuador en el periodo 2022 al 2023		
AUTOR	Camargo Espinoza, Kevin Andrés		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Ulloa Armijos, Ana del Rosario, PhD.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Comercio Exterior		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado en Comercio Exterior		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	30 de agosto de 2024	No. DE PÁGINAS:	71
ÁREAS TEMÁTICAS:	Organización industrial y política gubernamentales/Concentración económica		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Comercio electrónico, importaciones tecnológicas, Guayaquil, equipos computacionales, dinámica comercial, Covid-19.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El objetivo principal de este estudio es determinar el impacto del comercio electrónico en las importaciones de equipos computacionales realizadas por las empresas del sector tecnológico en Guayaquil, Ecuador, durante el periodo 2022-2023, mediante un análisis de datos. La metodología empleada sigue un enfoque cuantitativo, utilizando técnicas de recolección de datos como encuestas dirigidas a empresas del sector tecnológico y análisis documental de fuentes secundarias. A través de un diseño no experimental, se buscó identificar patrones y tendencias que permitan comprender la relación entre el comercio electrónico y las dinámicas de importación de productos tecnológicos. Las principales conclusiones indican que el comercio electrónico ha facilitado el acceso a una mayor variedad de productos y proveedores, mejorando la eficiencia operativa de las empresas y reduciendo los costos de importación en ciertos casos. No obstante, se identificaron desafíos, como retrasos en la entrega y complicaciones logísticas, que limitan el pleno aprovechamiento de esta modalidad de comercio.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-989781675	E-mail: kevin.camargo@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.		
	Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			