



Análisis de los tributos aduaneros en la importación de cosméticos de Ecuador en comparación con Perú

Analysis of customs taxes on the import of cosmetics from Ecuador in comparison with Peru

Análise dos impostos aduaneiros na importação de cosméticos do Equador em comparação com o Peru

Cintha Belén Castillo Infante ^I
ccastillo6@utmachala.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0006-4046-9905>

Lesly Edley Ramon Quezada ^{II}
iramon7@utmachala.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0001-5865-9655>

Jorge Eduardo Arias Montero ^{III}
jarias@utmachala.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-4807-5138>

Correspondencia: ccastillo6@utmachala.edu.ec

Ciencias de la Educación
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 20 de enero de 2024 * **Aceptado:** 20 de febrero de 2024 * **Publicado:** 30 de marzo de 2024

- I. Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.
- II. Universidad Técnica de Machala, el Guabo, Ecuador.
- III. Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.

Resumen

Esta investigación está enfocada en la comparación de los tributos aduaneros aplicados en la importación de productos cosméticos en Ecuador y Perú, identificando las desigualdades que existen. Los objetivos consisten en identificar las diferencias en la valoración aduanera de la importación de productos cosméticos en ambos países, analizar las tasas arancelarias aplicadas en la importación, analizar la nomenclatura arancelaria para identificar los rasgos que los caracterizan y constatar las desigualdades existentes y, por último, corroborar que los tributos aduaneros aplicados en la importación de cosméticos en Ecuador son más altos que en Perú. Ambos países comparten una creciente demanda por los productos de esta industria pero además presentan diferencias notorias en las tasas arancelarias que influyen en los costos de importación. La metodología que se aplica se clasifica como investigación aplicada, utilizando enfoques cualitativos y cuantitativos, con métodos teóricos como el histórico-lógico, hipotético-deductivo, analítico-sintético e inductivo-deductivo. La investigación es no experimental y de tipo longitudinal, adoptando un paradigma cuantitativo complementado con una interpretación de los datos obtenidos para llegar a los resultados. Los principales análisis sugieren que Perú posee una ventaja competitiva en el sector de cosméticos que se atribuyen a factores como tasas arancelarias más bajas y acuerdos comerciales vigentes. Estas conclusiones subrayan la importancia de que se emplee diferentes estrategias tales como la suscripción de acuerdos comerciales y la consolidación de carga para aminorar costos en la importación de cosméticos.

Palabras clave: Aranceles; Cosméticos; Estrategia; Estudio comparativo; Importaciones.

Abstract

This research is focused on the comparison of customs taxes applied to the import of cosmetic products in Ecuador and Peru, identifying the inequalities that exist. The objectives are to identify the differences in the customs valuation of the import of cosmetic products in both countries, analyze the tariff rates applied in the import, analyze the tariff nomenclature to identify the features that characterize them and verify the existing inequalities and, finally, corroborate that the customs taxes applied to the import of cosmetics in Ecuador are higher than in Peru. Both countries share a growing demand for the products of this industry but also present notable differences in tariff rates that influence import costs. The methodology applied is classified as applied research, using qualitative and quantitative approaches, with theoretical methods such as historical-logical,

hypothetical-deductive, analytical-synthetic and inductive-deductive. The research is non-experimental and longitudinal, adopting a quantitative paradigm complemented with an interpretation of the data obtained to reach the results. The main analyzes suggest that Peru has a competitive advantage in the cosmetics sector that is attributed to factors such as lower tariff rates and current trade agreements. These conclusions highlight the importance of using different strategies such as the signing of trade agreements and cargo consolidation to reduce costs in the import of cosmetics.

Keywords: Duty; Cosmetics; Strategy; Comparative study; Imports.

Resumo

Esta pesquisa está focada na comparação dos impostos aduaneiros aplicados à importação de produtos cosméticos no Equador e no Peru, identificando as desigualdades existentes. Os objetivos são identificar as diferenças na valoração aduaneira da importação de produtos cosméticos nos dois países, analisar as alíquotas tarifárias aplicadas na importação, analisar a nomenclatura tarifária para identificar as características que os caracterizam e verificar as desigualdades existentes e, por fim, corroboram que os impostos aduaneiros aplicados à importação de cosméticos no Equador são superiores aos do Peru. Ambos os países partilham uma procura crescente pelos produtos desta indústria, mas também apresentam diferenças notáveis nas taxas tarifárias que influenciam os custos de importação. A metodologia aplicada é classificada como pesquisa aplicada, utilizando abordagens qualitativas e quantitativas, com métodos teóricos como histórico-lógico, hipotético-dedutivo, analítico-sintético e indutivo-dedutivo. A pesquisa é não experimental e longitudinal, adotando um paradigma quantitativo complementado com uma interpretação dos dados obtidos para chegar aos resultados. As principais análises sugerem que o Peru tem uma vantagem competitiva no setor de cosméticos que é atribuída a fatores como taxas tarifárias mais baixas e acordos comerciais atuais. Estas conclusões destacam a importância da utilização de diferentes estratégias, como a assinatura de acordos comerciais e a consolidação de cargas, para reduzir custos na importação de cosméticos.

Palavras-chave: Obrigação; Cosméticos; Estratégia; Estudo comparativo; Importações.

Introducción

Las importaciones son un factor importante para el progreso de un país, generando muchos beneficios y, sobre todo, rentabilidad para los sectores que se dedican al comercio de productos o servicios que han influido en la ejecución del comercio nacional y global. Ecuador y Perú se caracterizan por tener un sistema aduanero que regula el comercio internacional, cuyo objetivo principal es regular el flujo de ingreso y la salida de la mercancía dentro del territorio nacional. Los productos cosméticos poseen una gran aceptación por parte de los consumidores por la gran variedad de características que hace posible la preferencia del público, los clientes buscan en estos productos mejorar el aspecto físico del rostro. Los cosméticos se diferencian por diferentes tipos de productos que existen, tales como; los artículos para la higiene personal, maquillaje para el rostro, los productos para el cabello, productos para la protección solar, entre otros (Ramón, 2019). La problemática del presente estudio es la desigualdad de los tributos arancelarios aplicados en Ecuador y Perú en las importaciones de productos cosméticos realizándose un estudio comparativo para analizar los aranceles utilizados para este proceso y de esta forma constatar si existen diferencias en la importación de los productos cosméticos entre estos dos países. Las fuentes consultadas demuestran que Perú ofrece una mejor accesibilidad de precios en los productos a los clientes, siendo esto, una ventaja competitiva para sus empresas frente al mercado ecuatoriano considerando que los tributos arancelarios aplicados en las importaciones de cosméticos en Perú son más bajos. Por consiguiente, el objetivo de la investigación es analizar los tributos aduaneros en la importación de cosméticos de Ecuador en comparación con Perú para recomendar estrategias que permitan mejorar la competitividad del sector cosmético ecuatoriano.

En la actualidad la industria ecuatoriana de belleza se desarrolló gracias a las importaciones de cosméticos debido a que estos productos son muy comercializados debido a las nuevas tendencias de maquillaje en el mundo actual; asimismo, la creciente aceptación y adopción de estos productos por parte de los hombres se fueron sumando cada vez más y han ido quedando en el pasado las preferencias exclusivas asociadas al público femenino. Hoy en día, el interés creciente por parte de los consumidores hombres por estos productos está rompiendo los estereotipos con el uso de maquillaje para mejorar su apariencia (Terán, 2022).

En este estudio se analiza cuáles son las tasas arancelarias aplicadas en la importación de cosméticos en ambos países para revisar las diferencias que se establecen en las políticas aduaneras vigentes de ambos países y de este modo, conocer cómo se está ejecutando esta actividad comercial

de importación, con el fin de descubrir si existen factores que indiquen la presencia de cierto tipo de ventaja para una de las partes involucradas. De acuerdo con lo expresado anteriormente, se planteó el siguiente problema científico: ¿cuáles son los tributos aduaneros en la importación de cosméticos de Ecuador en comparación con Perú?

Por lo tanto, la presente investigación remonta la importancia de conocer el elemento clave que incide en la desigualdad de los tributos arancelarios aplicados en ambos países. Tanto el mercado ecuatoriano como el peruano cuentan con una amplia distribución de productos en empresas importadoras a nivel nacional que contribuyen en el desarrollo económico del país. Estos sectores y mercados ofrecen productos de marcas que se caracterizan por poseer muy buena calidad y precios competitivos que hacen más fácil su comercialización, debido a que las redes sociales influyen mucho en la alta de cosméticos, ya que gracias a las plataformas digitales, el mercado del cosmético se expandió de forma extraordinaria y las ventas incrementaron de golpe dando esto un efecto positivo al crecimiento empresarial de estas organizaciones.

El precedente de cualquier objeto científico puede ser estudiado a través de los antecedentes históricos que permiten conocer los eventos ocurridos en el pasado, analizando los fenómenos y la búsqueda de explicaciones (Torres, 2020). Por consiguiente, en el marco teórico del trabajo científico, se estudiarán la evolución de los tributos aduaneros en la importación de cosméticos, desde hechos pasados hasta su situación actual. Se analizarán las características de cada etapa cronológica que han tenido los procesos de importación de cosméticos en Ecuador y Perú, con el fin de determinar las diferencias que existen en los tributos aduaneros aplicados en ambos países. Asimismo, el marco conceptual hace referencia a variables que se estudian en una investigación o de la conexión que existe entre ellas, las cuales son empleadas a sus semejantes o previos en la investigación (Reidl, 2012). Se tendrán en cuenta los antecedentes conceptuales que permiten tomar como referencia diferentes definiciones relacionadas con el tema de la investigación, lo que permitirá comparar los conceptos sobre los tributos aduaneros en la importación de cosméticos con otros que guarden relación, ya sea en términos de dependencia, diferencia o semejanza, lo que permitirá adoptar nuevas teorías a través de juicios críticos.

Según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador y SUNAT se evidencia que las importaciones ecuatorianas de "preparaciones para el maquillaje de los labios" descendieron hasta 2021 pero se recuperaron en 2023. Por otro lado, Perú encabezó las importaciones de "preparaciones para el maquillaje de los ojos" en 2019 pero a partir de 2020, Ecuador superó estas estadísticas a Perú en

2022 y 2023. Ambos países experimentaron caídas en 2020 en las importaciones de "preparaciones para manicuras o pedicuros" pero en 2022, Perú lideró estas estadísticas. Las importaciones de "polvos, incluidos los compactos" en 2019 fueron superiores para Ecuador, pero en 2023, Perú sobrepasó estas cifras.

Metodología

La presente investigación se categorizó como investigación aplicada, puesto que se centró en una situación real relacionada con las diferencias en los aranceles aduaneros al importar cosméticos en Ecuador en relación con Perú. Según su objetivo gnoseológico fue descriptiva, dado que este enfoque implicó la aplicación de teorías para analizar y contrastar las desigualdades en las tarifas arancelarias, así como la evaluación de su repercusión en los costos de importación para las empresas dedicadas al sector cosmético en ambos países. Se buscó describir los tributos en el proceso de importación tanto en Perú como Ecuador, por lo que se catalogó como investigación de campo dado que se basó en un contexto real mediante la recopilación de datos estadísticos sobre las importaciones de los productos cosméticos correspondientes a las subpartidas: 3304.10.00.00, 3304.20.00.00, 3304.30.00.00 y 3304.91.00.00. Además, es una investigación no experimental, de tipo longitudinal y de estudio de situaciones específicas.

Los métodos teóricos se pueden emplear como procesos múltiples y variados para una investigación científica. Cada uno de estos métodos contribuyen a la búsqueda del nuevo conocimiento que se acerca a la realidad del objeto de estudio y permiten crear nuevos criterios científicos (Rodríguez & Pérez, 2017). La metodología adoptó un paradigma cuantitativo para analizar datos estadísticos oficiales complementado con la interpretación de estos datos para la realización de los resultados.

Los métodos teóricos utilizados comprendió desde el método histórico-lógico para el entendimiento de la evolución de las importaciones; el hipotético-deductivo que permitió verificar si los tributos aduaneros de importación de cosméticos de Ecuador son diferentes a los de Perú; el analítico-sintético que estudió los acontecimientos partiendo de la descomposición de los tributos aduaneros en la importación de cosméticos en cada una de sus componentes para estudiarlas individualmente, lo que facilitó distinguir los fenómenos o problemas de la investigación; y el método inductivo-deductivo para la deducción de conclusiones lógicas.

Los métodos empíricos aplicados en una investigación científica necesitan de herramientas que sirvan de guía para el objeto de estudio, el cual permita llegar a las leyes científicas (Rojas et al., 2018). Se incorporó el método empírico para obtención y revisión de información mediante el estudio de documentos en los que se utilizó criterios de exclusión e inclusión en las teorías sobre los tributos aduaneros en la importación de cosméticos.

Los materiales utilizados en esta investigación fueron la recopilación de artículos científicos en idiomas como el español, portugués e inglés obtenidas de base de datos como el Catálogo de Latindex, Dialnet, Redalyc y Scielo. Asimismo, se consultó fuentes oficiales de ambos países como el Banco Central del Ecuador y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria para la extracción de datos estadísticos de comercio exterior, a fin de corroborar la hipótesis de la investigación.

Resultados

Arancel

Los aranceles representan una de las prácticas comerciales más antiguas, históricamente empleados como una fuente de ingresos para el Estado. El imponer un arancel a un producto importado, incrementa el precio para no afectar a los productores locales de ese mismo producto. Este aumento en los precios debido a los aranceles tiene como propósito principal proteger a la producción nacional (Infante y Delfin, 2010). Los aranceles aduaneros cumplen dos objetivos fundamentales: servir como fuente de ingresos para el gobierno, cumpliendo un papel fiscal; y proteger determinadas industrias internas, convirtiéndose de esta manera en la primordial medida de control en las fronteras (Padín, 2019).

A partir de lo mencionado por los autores, se puede aserir en que los aranceles históricamente se han utilizado tanto como fuente de ingresos para el Estado como para proteger a los productores nacionales. Estos dos objetivos fundamentales de los aranceles han sido reconocidos en la historia del comercio internacional. Sin embargo, es importante matizar que en la actualidad, el proteccionismo a través de aranceles puede no ser la estrategia apropiada en un mundo globalizado.

Benchmarking

Es una manera en los que se plasman ideas y métodos de gestión con éxito por parte de organizaciones e instituciones ubicadas en otros espacios que pueden llegar a ser adaptadas o integradas en un ámbito de trabajo específico debido a la semejanza en los servicios o productos

que se brindan (Vegas, 2019). Es aquel proceso en los que se realiza una apreciación de productos, servicios y procesos interorganizacionales en los que se involucra que una de ellas analice a otra enfocándose en cómo lleva a cabo una función específica con el objetivo de igualar o incluso mejorarla (de Cárdenas, 2006). El propósito del benchmarking es proporcionar a la organización información para poder saber cómo diseñar e incorporar estrategias derivadas de la experiencia y las victorias de otras empresas (de Abreu et al., 2006).

Los autores anteriormente mencionados al hablar del benchmarking enfatizan la importancia de este enfoque en la mejora y adaptación de procesos y estrategias organizacionales. Esto sugiere que el benchmarking no sólo tiene como principio imitar a otras empresas, sino adquirir información importante para tomar decisiones informadas y alcanzar más éxitos. Sin embargo, es ideal tener presente que no es una solución universal, y su éxito depende de una implementación cuidadosa y la adaptación a las circunstancias y requerimientos particulares de cada organización.

Comercio

Helmer, (2022) destaca que el comercio es una forma concreta de intercambio, esencial para el nacimiento de la ciudad y que la justicia o injusticia en la comunidad se relaciona directamente con la naturaleza de estos intercambios comerciales. El comercio se considera crucial en la dinámica de la ciudad, y su éxito o fracaso afecta tanto a la justicia como a la comunidad en su conjunto.

En relación a la afirmación del autor citado, se puede asentir con su enfoque sobre la importancia del comercio en la formación y funcionamiento de una ciudad. El reconocimiento de que el comercio es esencial para el nacimiento de una comunidad y que la justicia o injusticia están vinculadas a los intercambios comerciales es válido. El comercio ha sido crucial en el desarrollo de las ciudades y su dinámica económica. Sin embargo, es importante matizar que otros factores, además del comercio, también contribuyen al funcionamiento de una ciudad y a la justicia en la comunidad.

Competitividad

La competitividad se centraba en gran medida en los aspectos internos y los procesos específicos de las empresas. Una compañía se consideraba competitiva si ofrecía productos a precios más bajos o proporcionaba una mayor calidad al mismo precio, ya que todas las empresas operaban en un entorno con condiciones políticas, financieras, legales y de mano de obra similares (Gómez, 2006). En el contexto globalizado actual, las organizaciones se ven compelidas a optimizar su gestión de recursos financieros, capital humano, recursos naturales y tecnológicos, entre otros, para afrontar

con éxito el desafío de competir en mercados no solo nacionales, sino también internacionales, más allá de sus territorios de origen (Labarca, 2007).

De las definiciones mencionadas, se asiente con la perspectiva de Labarca sobre la competitividad en la actualidad dado que las organizaciones se ven impulsadas a optimizar su gestión de recursos para enfrentar con éxito el desafío de competir en mercados a nivel nacional e internacional, trascendiendo las fronteras de sus países. Se disiente con lo expresado por Gómez porque su enfoque no considera el contexto globalizado actual, donde la gestión de recursos financieros, capital humano y competencia internacional son elementos importantes. La afirmación de Gómez no aborda adecuadamente la complejidad de la competitividad en el entorno empresarial contemporáneo.

Cosmético

Es el producto que se aplica al cuerpo humano para limpieza y embellecimiento, por ejemplo, perfumes, desodorantes, lociones, cremas para la piel, productos para el cabello, maquillaje, entre otros (Veiga et al., 2006). Es todo lo relacionado con la mejora y el embellecimiento del cuerpo, abarcando productos como perfumes, cremas, lápices labiales, tintes para el cabello y barnices de uñas, adornos y modificaciones corporales, como joyería, incrustaciones, escarificaciones, tatuajes y técnicas quirúrgicas para realzar la belleza, mejorar la apariencia o disimular imperfecciones físicas (Augusto de Mello, 2008).

Mientras que la definición de Veiga et al., (2006) se centra en la descripción de los productos cosméticos y su uso en el cuerpo humano, Chávez amplía la definición de cosméticos para incluir una amplia gama de adornos y modificaciones corporales, como tatuajes, escarificaciones y técnicas quirúrgicas. Esta ampliación puede considerarse excesiva y confusa, ya que podría abarcar prácticamente cualquier cosa relacionada con la apariencia física y la belleza, por lo que hace que la definición sea menos precisa y útil en el sector de cosméticos. La definición de Veiga et al. es más clara y específica en cuanto a los productos de cuidado y embellecimiento del cuerpo humano.

Estrategia

Las estrategias en concepto de planificación, son la acción de lograr objetivos propuestos en un tiempo determinado, el cual responde a circunstancias imprevistas que surgen en el transcurso del tiempo (Navarro et al., 2019). La estrategia es la ejecución de una organización a largo plazo donde se definen las herramientas necesarias para lograr cumplir con los propósitos que son indispensables para la construcción de la ventaja competitiva (Romero, 2020).

Las estrategias están enfocadas en el desarrollo para lograr alcanzar objetivos propuestos, el cual facilitan que la ejecución de las empresas tenga éxito (Naranjo, Ávila, & Concepción, 2018). Según lo expresado por Benavides et al., (2017), la estrategia hace referencia a las decisiones establecidas para el logro de un objetivo establecido teniendo en cuenta todas las reacciones que conllevan en su proceso.

Rescatando el concepto de los cuatro diferentes autores, se puede definir a la estrategia como la acción de implementar objetivos propensos a ser alcanzados a largo plazo en un tiempo determinado, orientados a adaptarse a los cambios imprevistos en el transcurso del tiempo a fin de que las empresas logren obtener un éxito empresarial.

Estudio comparativo

Los estudios comparativos no se enfocan en la comparación en sí misma, sino más bien utilizan la comparación como una herramienta analítica e interpretativa. Esta estrategia permite a estos análisis explorar sus áreas de estudio y cumplir los objetivos que se han establecido. Por lo tanto, es esencial que un estudio comparativo se inicie con una pregunta de investigación que justifique la razón de llevar a cabo la comparación (Piovani y Krawczyk, 2017).

Estos estudios se centran en analizar las relaciones entre variables al examinar las diferencias entre grupos de individuos en diversos contextos. Estos estudios permiten aprovechar las disparidades inherentes en el entorno natural y social, lo que resulta fundamental para comprender cómo diferentes factores inciden en grupos de personas en circunstancias diversas, brindando una comprensión de las relaciones entre variables en varias situaciones (Ato et al., 2013).

En relación a las afirmaciones de los autores, es posible asentir con su enfoque sobre la utilidad de los estudios comparativos para explorar, analizar áreas de estudio de manera efectiva y comprender las relaciones entre variables en diversos contextos. La perspectiva de utilizar la comparación como una herramienta analítica e interpretativa es válida, ya que permite una comprensión de los fenómenos. Una pregunta de investigación bien fundamentada es vital para guiar el proceso de comparación.

Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva según López et al., (2019) supone la fórmula que ejecutan las organizaciones con el fin de poder conseguir con éxito grandes rendimientos superiores a los de su competencia.

La estrategia competitiva hace énfasis al posicionamiento de una empresa cuya finalidad es maximizar sus estrategias para lograr diferenciarse de sus competidores, lo que a su vez genera valor para sus consumidores, es importante tener claras las ideas para lograr cumplir con los objetivos que son indispensables para sobresalir en el mundo de negocios (Díaz et al., 2021).

Los conceptos mencionados anteriormente por los autores, hace énfasis en las estrategias competitivas que son tomadas por las empresas para ser competitivas. Se consideran como un mecanismo que buscan la superioridad estratégica permitiendo diferenciarse de los otros organismos a fin de presentar altos rendimientos ante los competidores, logrando de esta forma el éxito empresarial y la mejora continua para las entidades.

Importación

Es la operación consistente en la entrada al interior del territorio de cualquier clase de mercancía extranjera y que está sujeta a impuestos como el valor añadido y aranceles aduaneros (Real Academia Española, s.f.). Es la actividad de traer productos extranjeros al país siguiendo los procedimientos y responsabilidades aduaneras pertinentes, según la categoría de importación especificada (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2024).

La definición proporcionada por la Real Academia Española sobre la importación, enfatizando que se trata de la operación de entrada de mercancía de terceros países en el territorio sujeta a impuestos y aranceles, es acertada y concisa. La definición ofrecida por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, que se refiere a la importación como la actividad de traer productos extranjeros al país, cumpliendo con los procedimientos y responsabilidades aduaneras pertinentes según la categoría de importación especificada, también es adecuada y se alinea con el concepto general de importación. Ambas definiciones brindan un marco claro para entender el proceso de importación y destacan la importancia de los aspectos aduaneros y fiscales asociados.

Maquillaje

Según Rodríguez, (2020) el maquillaje es un producto que tiene la capacidad de crear una máscara que puede crear una imagen física totalmente diferente al rostro natural de la persona o puede adaptarse a diferentes circunstancias como la edad, las emociones, entre otros.

En consideración a la definición proporcionada por el autor Rodríguez, (2020), se enfatiza a la definición del maquillaje como un producto que tiene la capacidad de crear una apariencia física totalmente nueva, aunque este producto tenga un impacto significativo por parte de las personas, el resultado de una transformación completa podría proponer un rostro totalmente diferente a la

realidad. La conexión directa entre productor y consumidor ha creado que estos artículos sean una necesidad por parte de las personas contribuyendo al desarrollo económico y la simplificación en el mercado.

Tributos Aduaneros

Los tributos aduaneros hacen referencia a la prestación coactiva establecida por parte de una autoridad gubernamental, que se establecen mediante una ley que rige las importaciones o exportaciones de mercadería destinadas a la zona aduanera con la finalidad de recaudar ingresos y regular el comercio (Vallejo, 2023). El autor hace referencia que los tributos aduaneros aplicados en la operatividad de las exportaciones e importaciones están ligados a una ley jurídica que regula el comercio exterior.

Tabla

1

Desglose de la Nomenclatura Arancelaria para cuatro categorías de cosméticos

Sección VI	
Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas	
Capítulo 33	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética.
Partida 33.04	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuros.
Subpartidas	
3304.10.00.00	Preparaciones para el maquillaje de los labios.
3304.20.00.00	Preparaciones para el maquillaje de los ojos.
3304.30.00.00	Preparaciones para manicuras o pedicuros.
3304.91.00.00	Polvos, incluidos los compactos.

Nota. La clasificación arancelaria de los productos seleccionados es la misma en ambos países.

Fuente: Nomenclatura de Designación y Codificación de Mercancías del Ecuador y el Arancel de Aduanas del Perú.

Según ALADI, (2020) la nomenclatura arancelaria es cuando a cada código junto al detalle de las mercancías se atribuye un valor de arancel aduanero que gravan y deben pagar al estar sujetas a dicho código durante la realización de una transacción comercial por medio de una aduana.

Tabla**2***Cuadro comparativo de las tasas aduaneras entre Ecuador y Perú en 2023*

Ecuador		Perú	
Nombre del tributo	Tasa Arancelaria	Nombre del tributo	Tasa Arancelaria
Ad Valorem	20%	Ad Valorem	6%
IVA	12%	IGV	16%
ICE	0%	ISC	0%
FODINFA	0.50%	IPM	2%

Nota. Basado en la Nomenclatura de Designación y Codificación de Mercancías del Ecuador y el Arancel de Aduanas del Perú. Elaborado por: Las autoras

Como se observa en la Tabla 1, existe una diferencia en las tasas arancelarias aplicadas en el proceso de valoración aduanera de Ecuador y Perú, empezando con el Ad Valorem que se calcula sobre el valor CIF, en Ecuador tiene un valor equivalente al 20% y en Perú 6%, lo que es una desigualdad de 14%. Así mismo, en Ecuador se aplica el IVA a todas las ventas de bienes y servicios, en Perú se aplica el IGV que grava las ventas, pero exceptúa algunos servicios, aun así, en este caso, el porcentaje aplicado en Perú es elevado en comparación al aplicado en Ecuador. En ambos países no se aplica un valor a los consumos especiales, ya que las subpartidas 3304.10.00.00, 3304.20.00.00, 3304.30.00.00 y 3304.91.00.00 correspondientes a las preparaciones para maquillaje de ojos y labios, para manicuras o pedicuros y polvos, incluidos los compactos, no gravan ni ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) ni ISC (Impuesto Selectivo al Consumo). Por último, el tributo que se aplica por el Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA) es menor en comparación a su equivalente peruano el Impuesto de Promoción Municipal (IPM).

Figura**1**

Valores FOB de las importaciones entre Ecuador y Perú de la subpartida 3304.10.00.00 "preparaciones para el maquillaje de los labios"

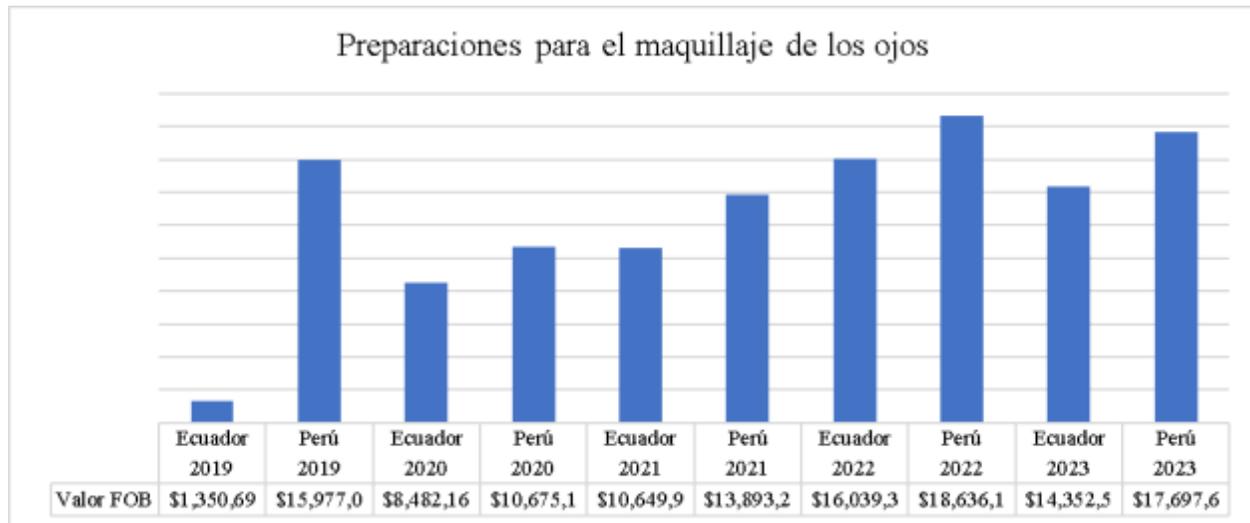


Nota. Valor FOB expresado en unidades de miles de USD. Elaborado por: las autoras basadas en los datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador y Sunat, 2024.

Se observa en la figura 1 que las importaciones correspondientes a los productos de la subpartida 3304.10.00.00 "preparaciones para el maquillaje de los labios" realizadas por Ecuador durante el período de 2019 a 2023 presentan una decaída, ya que en 2019 importó un valor FOB de \$10,168,517.07 y en 2021 descendieron alcanzando un valor de apenas \$3,907,482.70; con un valor de \$10,272,176.05, las importaciones realizadas en 2023 superaron a las del 2019. Por otro lado, las importaciones realizadas por Perú, aunque también registraron descensos en 2020, posteriormente, fueron ascendiendo, obteniendo así un valor de \$14,414,587.25 en 2023. Es importante señalar que, a pesar de que Perú presentó variaciones anuales significativas, ya que la cifra de importaciones realizadas en 2019 sigue siendo mayor a la obtenida en 2023, este país mantuvo cifras que superan a las correspondientes a Ecuador, lo que indica que la demanda peruana de maquillaje es mucho mayor a la existente en el mercado ecuatoriano según datos provenientes del Banco Central del Ecuador, (2024) y Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, (2024).

Figura**2**

Valores FOB de las importaciones entre Ecuador y Perú de la 3304.20.00.00 "preparaciones para el maquillaje de los ojos"



Nota. Valor FOB expresado en unidades de miles de USD. Elaborado por: las autoras basadas en los datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador y Sunat, 2024.

Se observa en la figura 2 que en 2019, las importaciones de los productos correspondientes a la subpartida 3304.20.00.00 "preparaciones para el maquillaje de los ojos" fueron lideradas por Perú, con un valor de \$15,977,068.50, mientras que Ecuador registró \$1,350,698. Sin embargo, a partir de 2020, Ecuador experimentó un notable crecimiento, superando a Perú en 2022 y 2023, con importaciones de \$16,039,342 y \$14,352,550 respectivamente según datos provenientes del Banco Central del Ecuador, (2024) y Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, (2024).

Figura**3**

Valores FOB de las importaciones entre Ecuador y Perú de la subpartida 3304.30.00.00 "preparaciones para manicuras o pedicuros"



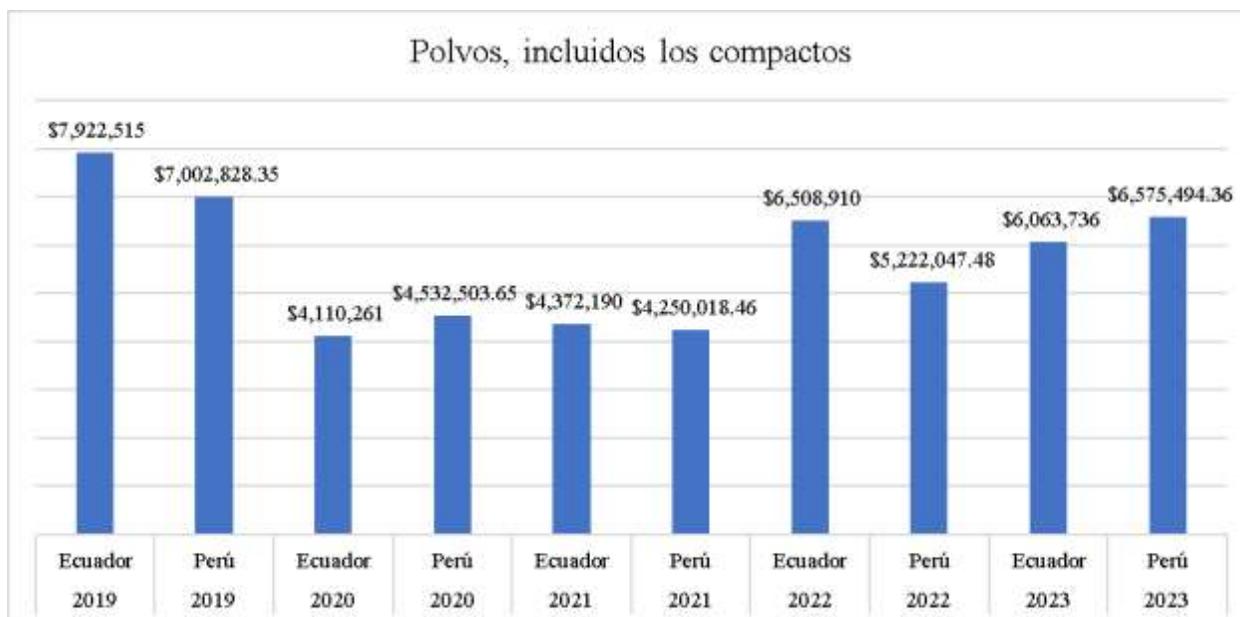
Nota. Valor FOB expresado en unidades de miles de USD. Elaborado por: las autoras basadas en los datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador y Sunat, 2024.

Se observa en la figura 3 que las importaciones correspondientes a la subpartida 3304.30.00.00 "preparaciones para manicuras o pedicuros" presentan variaciones considerables, en 2019, Ecuador importó \$6,086,211, mientras que Perú registró \$7,457,581.64. En el año 2020, ambos países experimentaron una disminución en las importaciones, siendo \$3,805,960 para Ecuador y \$4,903,538.95 para Perú. En 2021, se observó un aumento en las importaciones de ambas naciones, con Ecuador importando \$6,991,941 y Perú \$8,013,600.32. Sin embargo, en 2022, Ecuador mantuvo sus importaciones, mientras que Perú experimentó un aumento de sus cifras. En el último año registrado, 2023, Ecuador disminuyó sus importaciones a \$5,368,988, no obstante, Perú importó \$8,453,988.11 en preparaciones para manicuras o pedicuros. Estas cifras sugieren que la demanda de estos productos en Ecuador ha sido estable mientras que en Perú cada vez va en aumento, según datos provenientes del Banco Central del Ecuador, (2024) y Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, (2024).

Figura

4

Valores FOB de las importaciones entre Ecuador y Perú de la subpartida 3304.91.00.00 "povos, incluidos los compactos"



Nota. Valor FOB expresado en unidades de miles de USD. Elaborado por: las autoras basadas en los datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador y Sunat, 2024.

Se observa en la figura 4 que en las importaciones correspondientes a la subpartida 3304.91.00.00 "povos, incluidos los compactos", Ecuador registró importaciones por un valor acumulado de \$28,977,612, mientras que Perú alcanzó \$27,583,892.30. El año inicial, 2019, destacó como el período de mayor importación para Ecuador con una cifra de \$7,922,515, mientras que Perú alcanzó su pico en el último año con \$6,575,494.36. Por otro lado, el 2020 representó el mínimo para Ecuador con \$4,110,261, y el tercer año fue el de menor importación para Perú con \$4,250,018.46, por lo que mediante los datos estadísticos analizados, se concluyó que Perú lidera las importaciones de cosméticos teniendo como ventaja que el tributo aduanero, Ad Valorem, es menor al aplicado en Ecuador, por lo que el sector cosmético peruano supera al ecuatoriano, ya que pagan menos en los costos de importaciones, obteniendo así una competitividad superior, según datos provenientes del Banco Central del Ecuador, (2024) y Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, (2024).

Como resultado, en la Tabla 3 se recomiendan diferentes estrategias competitivas para que las importaciones de cosméticos realizadas por empresas importadoras ecuatorianas tengan costos menores; empezando con que Ecuador establezca Acuerdos Comerciales con diferentes países a fin de obtener beneficios y ser competitivos con relación a Perú, así como para evitar la comercialización informal de estos productos. Asimismo, la consolidación de cargas que según

Zhou et al., (2011) es un planteamiento competente para abaratar los costos asociados al transporte de mercancías, de la misma forma, Bookbinder y Higginson, (2002) manifiestan que la consolidación de cargas es una forma que permite reducir el valor total del traslado de cargas entre un punto a otro. Por tanto, si las importadoras ecuatorianas lo aplican, reducirán costos en sus importaciones de cosméticos.

Tabla

3

Recomendación de estrategias para reducir costos de importación de cosméticos para empresas ecuatorianas

Estrategias recomendadas	Fundamento
Acuerdos Comerciales	Los Acuerdos Comerciales ofrecen una cantidad de beneficios a los países que lo acuerdan, principalmente la eliminación o reducción de aranceles de productos. Asimismo, facilita el comercio entre los países que firmaron el acuerdo permitiendo acceder a productos con precios competitivos.
Consolidación de carga	Método de agrupar mercancías de diferentes envíos y proveedores en una sola carga.

Nota. Elaboración propia de las autoras.

Las investigadoras recomiendan que la opción ideal por la que pueden optar las empresas ecuatorianas importadoras de cosméticos es mejorar la operatividad logística mediante la consolidación de carga que de acuerdo con la afirmación los autores anteriormente citados, permiten agrupar la mercancía en un solo cargamento y reducir el precio del transporte. Por lo tanto, si se aplica, se reduciría el valor del flete, aminorando así el costo final de la importación de los cosméticos, lo que permitiría ofrecer productos con precios competitivos a sus clientes.

Discusión

En esta investigación se propuso examinar la importación de productos cosméticos y las desigualdades en los tributos aduaneros aplicados por Ecuador en relación con Perú mediante un estudio comparativo entre ambos países para determinar la diferencia de aranceles. Asimismo, se

considera otros factores que intervienen en esta desigualdad tales como los acuerdos comerciales, la valoración aduanera y las tasas arancelarias. Es importante subrayar que, en concordancia con la información obtenida de fuentes oficiales como el Banco Central del Ecuador y SUNAT, se determinan las cifras totales de la importación de cosméticos durante los últimos cinco años. El análisis de los datos estadísticos contribuye a confirmar que las actividades comerciales peruanas son superiores a las ecuatorianas.

Se identifica las diferencias en la valoración aduanera en la importación de productos cosméticos en Ecuador y Perú, constatando que el impuesto Ad-Valorem en Ecuador grava un 20% y en Perú un 6%, además, en Ecuador el porcentaje del IVA y, su equivalente en Perú, el IGV que tributan a los bienes y servicios es superior al del Ecuador. En ambos países no gravan ICE ni ISC establecido a los consumos especiales y por último, el tributo FODINFA es menor en comparación al IPM aplicado en Perú.

El respectivo análisis de las importaciones de cosméticos realizadas por Ecuador y Perú correspondidas al período 2019 a 2023 indica cómo ha sido el desarrollo de las importaciones de estos productos. Ecuador presenta cifras bajas desde el 2019 a 2021 pero alcanza su pico en 2023 en el caso de las "preparaciones para el maquillaje de los labios" mientras que Perú supera estas cantidades. Así mismo, en los dos últimos años registrados, Ecuador supera a Perú en cuanto a la compra de "preparaciones para el maquillaje de los ojos", evidenciando la creciente demanda del mercado ecuatoriano por estos artículos.

En relación a las "preparaciones para manicuras o pedicuros" y "polvos, incluidos los compactos", Perú lidera estas cifras mientras que Ecuador experimenta fluctuaciones en la demanda y adquisición de productos de las líneas manicura, pedicura y polvos, con períodos de caídas y aumentos. De este modo, se evidencia que Ecuador presenta importaciones inferiores, lo cual se refleja en sus valores FOB menores a los de Perú, atribuyendo a la ventaja en costo de importación que posee dicho país debido al tributo Ad-Valorem menor al aplicado en Ecuador.

El estudio comparativo de ambos países resulta útil para conocer cuáles son las estrategias competitivas que benefician a las empresas importadoras, permitiéndoles comercializar los productos a costos bajos y potenciar así su industria. Además, se debe indicar que mediante el análisis a cada una de las subpartidas correspondientes: 3304.10.00.00, 3304.20.00.00, 3304.30.00.00 y 3304.91.00.00, se corrobora que los tributos aduaneros aplicados en Ecuador son

diferentes a los de Perú, por lo que se recomienda dos estrategias competitivas para minimizar los costos de importación:

a) La utilización de acuerdos comerciales.

b) La consolidación de carga para reducir los gastos en el transporte de importación.

En conclusión, la aplicación de las estrategias que se indican anteriormente tiene como finalidad beneficiar a muchas empresas de este rubro, siendo importante que se realice la suscripción de acuerdos comerciales por parte del gobierno ecuatoriano con los principales países de donde más se importa los artículos de belleza para beneficiar a los importadores de este sector. Y esencialmente, se recomienda la consolidación de cargas, ya que permitirá a los importadores de cosméticos poder reducir los costos de importación y así abaratar los precios de sus productos para la comercialización y distribución en el país.

Se recomienda adicionalmente, realizar diferentes investigaciones que permitan optimizar la competitividad de las empresas ecuatorianas que comercializan cosméticos para evitar el contrabando que afecta al comercio ecuatoriano. Además, es importante estudiar la necesidad de que tanto los productos cosméticos importados como los fabricados en el país cumplan con las normas técnicas y sanitarias. Esto es esencial para evitar la distribución de productos cosméticos clonados, los cuales suelen ser elaborados en condiciones no óptimas y con ingredientes de dudosa procedencia.

Referencias

- ALADI. (2020). La nomenclatura y la clasificación arancelaria de las mercancías (3 ed.). Montevideo, Uruguay: Editorial ALADI.
https://www2.aladi.org/biblioteca/Publicaciones/ALADI/Secretaria_General/Fichas_ALADI/03_Nomenclatura.pdf
- Ato, M., López, J., & Benavente, A. (Octubre de 2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038-1059.
<https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Augusto de Mello, M. (2008). Lo más profundo es la piel: proxemia estilística y proceso de individuación. *Revista Mal-estar E Subjetividade*, VIII(1), 73-88.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27180104>

- Banco Central del Ecuador. (2024). IMPORTACIONES / por Subpartida y País Origen. Documento Excel, Banco Central del Ecuador, Estadísticas de Comercio Exterior. <https://www.bce.fin.ec/informacioneconomica>
- Benavides, K., Buenaño, J., & Maldonado, B. (2017). Análisis dimensional del concepto de estrategia. *Revista Ciencia Unemi*, X(25), 25-35. <https://www.redalyc.org/journal/5826/582661258003/html/>
- Bookbinder, J. H., & Higginson, J. K. (2002). Probabilistic modeling of freight consolidation by private carriage. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 38(5), 305-318. [https://doi.org/10.1016/S1366-5545\(02\)00014-5](https://doi.org/10.1016/S1366-5545(02)00014-5)
- de Abreu, E. F., Giuliani, A. C., Pizzinatto, N. K., & Correa, D. A. (2006). Benchmarking como instrumento dirigido al cliente. *Invenio*, 9(17), 77-94. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87791706>
- de Cárdenas, C. (2006). El benchmarking como herramienta de evaluación. *ACIMED*, 14(4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352006000400015&lng=es&tlng=es
- Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878906>
- Gómez, A. (2006). Globalización, competitividad y comercio exterior. *Análisis Económico*, XXI(47), 131-178. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41304708>
- Helmer, E. (2022). El comercio según Platón: ¿factor de división o de comunidad política? *Areté*, 34(Extraordinario), 89-106. <https://doi.org/10.18800/arete.2022ext.006>
- Infante, Z. T., y Delfin, O. (2010). Análisis de la política arancelaria de México del periodo de 1986-2008, como un instrumento catalizador del comercio exterior. *CIMEXUS*, 5(2), 29-46. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5425953>
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208>
- López, E., López, G., & Agudelo, S. (2019). Relación entre Estrategias Competitivas y Tipos de Aprendizaje. *Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Económicas.*, XXX(5), 191-202. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000500191>

- Naranjo, Y., Ávila, M., & Concepción, J. (2018). Las estrategias como herramienta en el desarrollo científico de Enfermería. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, XXII(4), 564-580. <https://www.redalyc.org/journal/2111/211159947013/html/>
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., & Hernández, N. (2019). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(1), 77-90. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063104009/html/>
- Padín, J. M. (2019). Los aranceles aduaneros como herramienta de protección comercial. Límites y alternativas para repensar el caso argentino. *Ensayos de Economía*, 29(54), 115-136. <https://doi.org/10.15446/ede.v29n54.75883>
- Piovani, J., & Krawczyk, N. (2017). Los Estudios Comparativos: algunas notas históricas, epistemológicas y metodológicas. *Educação & Realidade*, 42(3), 821-840. <https://doi.org/10.1590/2175-623667609>
- Ramón, F. (2019). Seguridad y responsabilidad de los productos cosméticos en el Derecho Español. *Revista de la Facultad de Derecho*, e114(47). <https://doi.org/10.22187/rfd2019n47a16>
- Real Academia Española. (s.f.). Importación. En *Diccionario de la lengua española* (versión 23.7 en línea). <https://dpej.rae.es/lema/importaci%C3%B3n>
- Reidl, L. (2012). Marco conceptual en el proceso de investigación. *Investigación en educación médica*, I(3), 146-151. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572012000300007
- Rodríguez. (2020). Pitturare il volto. Il Trucco, l'Arte, la Moda. *DeSignis: Publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS)* (32), 191-193. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7479261>
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*(82), 1-26. <https://doi.org/0.21158/01208160>
- Rojas, D., Vilau, Y., & Camejo, M. (2018). La instrumentación de los métodos empíricos en los investigadores potenciales de las carreras pedagógicas. *Mendive. Revista de Educación*, XVI(2), 238-246. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1815-76962018000200238&lng=es&nrm=iso

- Romero, D. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(4), 465-475. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077034/html/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2024). Para importar. Ecuador. <https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-importar/>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2024). Importaciones para el Consumo, según sub-partida nacional. Documento Excel, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, Oficina Nacional de Planeamiento y Estudios Económicos. <https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/importaciones.html>
- Terán, C. (2022). Varones maquillados, un segmento en el mercado, que visibiliza la reconfiguración de estándares hegemónicos en la publicidad. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*(170), 161-265. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi170.7107>
- Torres, T. (2020). En defensa del método histórico-lógico desde la Lógica como ciencia. *Revista Cubana de Educación Superior*, XXXIX(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142020000200016
- Vallejo, S. (2023). Los tributos aduaneros y sus tensiones con los principios constitucionales relativos a su aplicación, una perspectiva desde la reserva de ley. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, VIII(3), 1158-1177. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i3>
- Vegas, H. (2019). BENCHMARKING EN LA GESTIÓN PÚBLICA LOCAL VENEZOLANA. ENCUENTROS, REFLEXIONES y APROXIMACIONES. *Visión Gerencial*(2), 255-265. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465566915008>
- Veiga, R. T., Santos, D. d., & Lacerda, T. S. (2006). ANTECEDENTES DA INTENÇÃO DE CONSUMO DE COSMÉTICOS ECOLÓGICOS. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 5(2), 1-15. <https://doi.org/10.5329/RECADM.20060502009>
- Zhou, G., Guanghui, H., & Liang, L. (2011). Strategic alliance in freight consolidation. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 47(1), 18-29. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2010.07.002>