



**UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
CONTABLES Y COMERCIO**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO/A EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

“LA LOGÍSTICA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ECUADOR: CASO AMAZON”

ELABORADO POR:

LUCAS MERO JEAN CARLOS

TUTOR:

SANCHEZ ARTEAGA ALEX ALFONZO

MANTA – ECUADOR

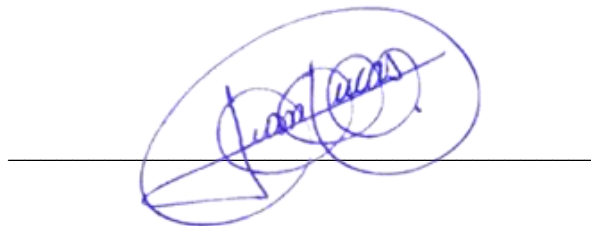
2026

Declaración de autoría

Yo, **Jean Carlos Lucas Mero**, con cédula de ciudadanía N° 1317967600 declaro que el contenido en el presente Trabajo de Titulación, **“la logística del comercio electrónico en el Ecuador: caso Amazon”** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas y pie de las páginas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Los resultados, análisis, lecciones y recomendaciones obtenidas de un amplio estudio son única y exclusiva responsabilidad del autor **Lucas Mero Jean Carlos** datos que no pueden ser modificados sin la debida autorización.

A través de esta declaración, cedo la investigación a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí para que la utilice como estime conveniente, según lo establecido por las Leyes y Reglamentos estipulados y por la normativa institucional vigente.



LUCAS MERO JEAN CARLOS

AUTOR

Certificación del tutor

 Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Carrera de Comercio Exterior de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante LUCAS MERO JEAN CARLOS, legalmente matriculado en la carrera de COMERCIO EXTERIOR, periodo académico 2025-(1)-2025-(2), cumpliendo el total de **320 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es "LA LOGÍSTICA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ECUADOR, CASO AMAZON".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

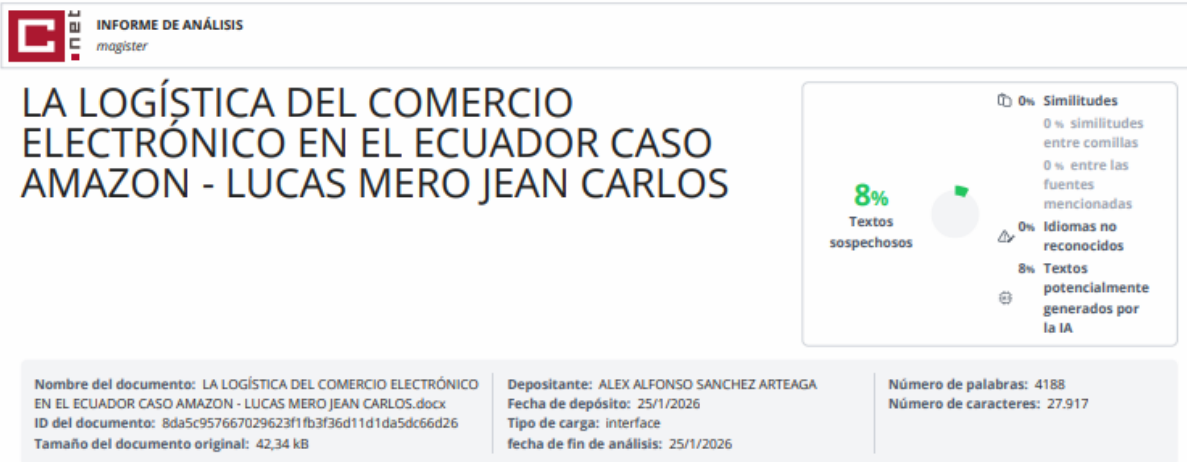
Manta, 26 de enero del 2026.

Lo certifico,



AB. ALEX ALFONSO SÁNCHEZ ARTEAGA
Docente Tutor(a)
Área: Comercio Exterior

Certificado de similitud



Ubicación de las similitudes en el documento:

Dedicatoria

En primer lugar, doy gracias a Dios por ser quien me brinda la fortaleza, la fe y la constancia necesarias para levantarme cada día y avanzar hacia el cumplimiento de esta meta tan anhelada.

Dedico este trabajo de titulación especialmente a quienes supieron guiar mis pasos desde la infancia, con sencillez, quienes nunca desmayaron en brindarme su apoyo, a mis padres, Lucas Mero Manuel Víctor y Mero Espinales Felicidad Dolores, les expreso mi más sincero agradecimiento, ya que gracias a su respaldo incondicional he podido alcanzar uno de los sueños más importantes de mi vida. Este logro es para ustedes, como una meta más alcanzada gracias a la educación que me han dado, el regalo más valioso que me ha permitido convertirme en un ser fuerte e independiente. Gracias por guiarme, escucharme y motivarme a dar cada paso hacia mis sueños. No podría haberlo logrado sin ustedes.

También extendiendo la dedicatoria especial a mis docentes quienes han sido parte fundamental de esta travesía desde el principio. Su ejemplo de perseverancia y constancia frente a las adversidades ha sido una gran inspiración para mí. Siempre estaré profundamente agradecido por su cariño y su apoyo incondicional.

Finalmente, a mi amigo Íder Suárez Suárez, quien se convirtió en un apoyo constante y un pilar fundamental a lo largo de cada semestre. Le deseo muchos éxitos en su camino profesional y personal.

Reconocimiento

Quiero expresar mi sincero reconocimiento a mi tutor, Sánchez Arteaga Alex Alfonzo, por su guía permanente, por su paciencia y sobre todo el acompañamiento a lo largo de la etapa de investigación, todas sus observaciones y las correcciones fueron pertinentes y contribuyeron notablemente a mejorar la calidad de este trabajo académico.

Asimismo, hago un reconocimiento a todos mis docentes en general, por el compromiso, la colaboración y la orientación que han aportado significativamente al fortalecimiento de mis conocimientos, desde el inicio hasta el final el final de mi etapa universitaria. A todos ellos, muchas gracias por su dedicación, por su tiempo, su entrega y su valiosa contribución.

Índice

Declaración de Autoría	II
Certificación del Tutor	III
Certificado de Similitud.....	IV
Dedicatoria.....	V
Reconocimiento	VI
Resumen / Summary	IX
1. Introducción	1
2. Antecedentes	1
3. Definición del Problema	3
3.2. Planteamiento.....	3
3.3. Preguntas.....	4
4. Justificación y Propósito	5
5. Objetivos.....	6
5.1. Objetivo General.....	6
5.2. Objetivo específico	6
6. Idea a Defender	7
7. Unidades de Análisis.....	7
8. Metodología	7
9. Marco Conceptual.....	10

9.1.	Logística.....	10
9.2.	Logística en el Ecuador.....	10
9.3.	Comercio.....	11
9.4.	Comercio electrónico	12
9.5.	Empresa Amazon	12
10.	Resultados Obtenidos.....	14
11.	Análisis de Resultados	16
12.	Lecciones y Recomendaciones	18
13.	Preguntas de Reflexión	19
13.1.	Si se formara parte del equipo estratégico de Amazon, ¿sería conveniente invertir en un centro de distribución en Ecuador?	20
13.2.	Desde la perspectiva del Estado ecuatoriano, ¿las políticas actuales fomentan o limitan el comercio electrónico?	20
13.3.	Como consumidor ecuatoriano, ¿qué se prioriza al comprar en el exterior? ...	20
14.	Fuentes de Información.....	22
15.	Anexos	25

Resumen

La digitalización se ha convertido en un elemento clave en la vida de las personas y ha permitido cambios sobre la logística del comercio electrónico ecuatoriano, impactando en la vinculación entre los entornos virtuales a nivel mundial. El estudio analizó la logística del comercio electrónico en Ecuador tomando como caso a Amazon, determinando que la digitalización ha optimizado el seguimiento de envíos, reducido tiempos de entrega y fortalecido la confianza del consumidor en compras internacionales. No obstante, se identificaron limitaciones que afectan su competitividad en el país: ausencia de centros de distribución propios, dependencia del régimen courier 4x4, incremento de aranceles y del IVA, altos costos de importación, y trámites aduaneros complejos. Finalmente, aunque Amazon constituye un referente logístico global, el fortalecimiento del comercio electrónico en Ecuador exige modernización normativa, mejora de infraestructura logística y mayor articulación entre sector público y privado para consolidar un entorno competitivo y sostenible.

Palabras claves:

Digitalización, Comercio electrónico, Importación, Limitaciones, Modernización normativa, Infraestructura logística.

Summary

Digitalization has become a key element in people lives and has enabled changes in the logistics of Ecuadorian e-commerce, impacting the connection between virtual environments worldwide. This study analyzed e-commerce logistics in Ecuador, using Amazon as a case study, and determined that digitalization has optimized shipment tracking, reduced delivery times, and strengthened consumer confidence in international purchases. However, limitations affecting its competitiveness in the country were identified: lack of its own distribution centers, dependence on the 4x4 courier system, increased tariffs and VAT, high import costs, and complex customs procedures. Finally, although Amazon is a global logistics benchmark, strengthening e-commerce in Ecuador requires regulatory modernization, improved logistics infrastructure, and greater collaboration between the public and private sectors to consolidate a competitive and sustainable environment.

Keywords:

Digitalization, E-commerce, Import, Limitations, Regulatory modernization, Logistics infrastructure.

Introducción

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo primordial el análisis de la logística sobre el comercio electrónico en el Ecuador, tomando en cuenta en este estudio a Amazon, considerando una investigación cualitativa siendo factible para la comprensión sobre los desafíos, las dinámicas y sobre todo las particularidades concretas.

La investigación se estructura como un estudio de caso, encaminado a examinar la logística del comercio electrónico en Ecuador considerando a Amazon como mecanismo principal de análisis. El diseño responde a una investigación descriptiva, que permite observar y explicar los procesos tal como ocurren en la realidad, sin manipulación de variables, con el fin de identificar las principales limitaciones, normativas y estrategias que inciden en la operación logística hacia el mercado ecuatoriano.

En cuanto al enfoque metodológico, la investigación adopta un enfoque cualitativo, puesto que, permite analizar de manera profunda las experiencias, dinámicas y condiciones que intervienen en el proceso logístico, considerando la perspectiva empresarial como el entorno regulatorio y operativo. Se emplea especialmente la técnica de investigación documental, a través del análisis de informes académicos, estudios, normativa vigente y fuentes oficiales relacionadas con comercio exterior y comercio electrónico.

De esta manera, el estudio no solo describe la situación actual de la logística del comercio electrónico en Ecuador, sino que también reflexiona sobre sus implicaciones para el desarrollo económico y la competitividad nacional, en un contexto donde la modernización tecnológica y la articulación entre sector público y privado resultan fundamentales para consolidar un ecosistema digital eficiente y sostenible.

Antecedentes

Según Ramírez (2024) la digitalización del sector logístico en Ecuador ha creado cambios relevantes, como las (TIC), estos avances se consideran un fenómeno local y se ven impactados por los estándares universales de empresas como Amazon, cuyo modelo de eficacia y seguimiento ha incrementado las expectativas de los consumidores ecuatorianos, promoviendo a los operadores logísticos del país a renovar sus procesos.

En la actualidad los clientes pueden monitorear sus envíos en tiempo real, lo que ha contribuido a optimizar la confianza en las compras digitales. De la misma manera, el crecimiento de la competencia entre operadores logísticos ha impulsado a las empresas a mejorar sus servicios y ejecutar soluciones más innovadoras, como las empresas locales, indistintamente de su tamaño han empezado a reconocer la relevancia de la transformación digital, diversas empresas han integrado las tecnologías como la inteligencia artificial y entornos digitales para perfeccionar sus operaciones internas y extenderse hacia nuevos mercados.

Campuzano y Torres (2024) determinan que, en un contexto de digitalización competitiva, las ventajas no se limitan al consumidor, sino que también estimulan el incremento económico al fomentar inversiones en instalaciones y tecnología. A nivel global, Amazon se consolida como referente del comercio electrónico, desarrollando y ampliando sus operaciones en variados sectores estratégicos, con alcance mundial y sostenido continuo.

Definición del Problema

Planteamiento del problema

La digitalización ha transformado de manera significativa la logística sobre el comercio electrónico en nuestro territorio ecuatoriano, implicando directamente en la forma cómo los entornos digitales a nivel mundial, se relacionan con el mercado nacional.

Este proceso ha demostrado un nuevo estándar sobre el servicio y la eficiencia, es decir, la utilización de las herramientas digitales ha mejorado el seguimiento cerca de los envíos, facilitando que las personas que compran por internet puedan monitorear sus solicitudes, desde el comienzo del envío del producto hasta que llegan a su destino final.

El avance no solo ha permitido que las solicitudes lleguen en menos tiempo, sino que, además, ha dado mayor transparencia en todo el proceso, por lo tanto, esto hace que los usuarios confíen más en las compras en línea, experimentando seguridad y visualicen el comercio en línea internacional confiable y fácil de utilizar, pese que Ecuador sigue enfrentando dificultades con sistemas de entrega poco modernizados y una gran dependencia de empresas locales de reparto que en varias ocasiones no cuentan con los recursos necesarios, agregando también que existen altos costos de envío y compra desde otros países, con trámites lentos y complejos.

Estas situaciones ya aludidas desarrollan problemas, puesto que, conlleva a que los productos no lleguen en el tiempo estipulado, experimentando demoras y retrasos, influyendo negativamente la experiencia de quienes realizan las compras en línea.

A raíz de aquel incidente, Amazon pierde la eficiencia ante plataformas locales que ya cuentan con las redes de entrega más seguras y ajustadas al mercado digital ecuatoriano, que sigue acrecentando y modernizando. Es por aquello, muy importante hacer el estudio para analizar los

obstáculos logísticos que la compañía debe superar, para mejorar sus operaciones y la incidencia que esto tiene en el futuro del comercio electrónico en Ecuador.

Preguntas

¿Cómo se han transformado los procesos de distribución en Ecuador para responder a la creciente demanda generada por plataformas como Amazon?

¿Cómo inciden los costos de envío y los aranceles en la competitividad de las compras realizadas desde Ecuador a través de Amazon?

¿Qué reglamentos aduaneros y tributarios ecuatorianos se aplican a los paquetes de comercio electrónico provenientes del exterior?

¿Qué estrategias logísticas implementa Amazon para optimizar los envíos internacionales y reducir costos para los usuarios ecuatorianos?

Justificación y Propósito

La logística del comercio electrónico en Ecuador ha potenciado la eficacia de los envíos, acrecentando a la vez la confianza de los usuarios, los progresos han sido factible gracias a la integración de tecnologías como el monitoreo en tiempo real y la gestión sistematizada de solicitudes, empresas globales como Amazon considera relevante la importancia de mejorar los procesos logísticos para dar respuesta a los estándares internacionales y satisfacer los incrementos de las demandas del mercado; por otra parte, el mercado ecuatoriano presenta retos notables, entre ellos se enfatizan los elevados costos de importación, la dependencia de agentes logísticos locales, las barreras de infraestructura y las limitaciones suscitadas de un contexto normativo aduanero complejo. Teniendo en cuenta que, existen empresas digitales que restringen la adopción plena del comercio electrónico en ciertas partes de la población, contribuyendo información sobre cómo las empresas globales se adaptan a sus modelos operativos a entornos locales.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la transformación de los procesos logísticos y de distribución en Ecuador frente al crecimiento del comercio electrónico internacional, particularmente el generado por plataformas como Amazon.

Objetivo específico

Examinar cómo se han modernizado los procesos de distribución en Ecuador para responder al incremento de compras internacionales en línea.

Determinar el impacto de los reglamentos en los costos finales de importación para los consumidores ecuatorianos.

Examinar las estrategias logísticas implementadas por Amazon para optimizar envíos internacionales y reducir costos para el mercado ecuatoriano.

Idea a Defender

La transformación digital de los procesos de distribución en Ecuador ha fortalecido el comercio electrónico internacional al mejorar la eficiencia y control de los envíos, no obstante, la competitividad de las compras realizadas a través de Amazon se ve condicionada por los costos de envío, la carga arancelaria y la normativa aduanera ecuatoriana.

Unidades de Análisis

Está constituida por los procesos logísticos del comercio electrónico internacional dirigidos a Ecuador, considerando a Amazon y su interacción con el marco normativo y aduanero ecuatoriano, en función de las limitaciones, costos y estrategias operativas identificadas.

Metodología

Enfoque de investigación

Para el presente trabajo de investigación es importante utilizar el enfoque cualitativo, puesto que, es esencial para analizar las complejidades de la logística del comercio electrónico en Ecuador: Caso Amazon. El enfoque, nos permitirá examinar de forma interpretativa y reflexiva las experiencias, las opiniones y las decisiones estratégicas de los actores implicados, desde los usuarios hasta los operadores logísticos locales, por lo tanto, es muy fundamental el empleo de este enfoque para así poder obtener una comprensión más profunda y realista sobre las dinámicas y los desafíos que enfrenta Amazon en nuestro territorio, lo que nos permite ir más allá de los datos y analizar las implicaciones de una operación global en un entorno local en constante evolución

Tipo de metodología

El presente trabajo se fundamenta especialmente en la investigación documental. Para ello, se realizó la revisión sistemática de normativa vigente en comercio exterior, disposiciones afines con el régimen courier 4x4, artículos académicos y fuentes especializadas en logística y comercio electrónico. Esta recopilación permitió identificar los importantes elementos que estipulan la operación logística hacia Ecuador: costos de importación, tiempos de entrega, cargas tributarias y procedimientos aduaneros.

Esta estrategia metodológica resulta coherente con la naturaleza del estudio de caso, puesto que, permite comprender el fenómeno desde una perspectiva integral y contextual, contribuyendo una visión analítica que conlleva a la reflexión sobre el fortalecimiento del comercio electrónico y sobre la competitividad logística en el país.

Técnica

Ante lo expuesto anteriormente, es imprescindible centralizar en nuestro trabajo la investigación documental, puesto que, es una técnica cualitativa cuyo fin es la recolección, la organización y el análisis de información que provienen de diversas fuentes, este tipo de investigación resulta muy eficiente para analizar los informes, los artículos académicos, los estudios de mercado, las entrevistas, los reportajes y los documentos oficiales vinculados con la transformación virtual en el sector logístico del Ecuador.

Alcaide considera que es de suma importancia situar la investigación con los datos reales, porque permitirá el análisis de las investigaciones previas y de las tendencias actuales en la logística del comercio electrónico, los desafíos de la importación en mercados emergentes y, además, las estrategias de la distribución de Amazon.

Marco Conceptual

Logística

Según Martín C. (2018) la logística es considerada como el manejo estratégico sobre la adquisición, el movimiento y el almacenamiento de los materiales, inventario y la información relacionada a través de la organización y sus canales de comercialización, con el objetivo de maximizar la rentabilidad actual y la futura, a través de un procesamiento de pedidos coste eficiente. Este enfoque destaca su alcance internacional, integrando múltiples áreas operativas y unidades con objetivos.

Por otra parte, Coyle J. (2017) indica que la logística se fundamenta específicamente en garantizar los siete principios esenciales, tales como: producto, cliente, cantidad, lugar, condición, tiempo y costo adecuados. En este contexto, la logística tiene un rol primordial al momento de coordinar el flujo de bienes, los servicios y la información desde su origen hasta llegar el consumidor final, buscando lo posible de mejorar los costos operativos, los tiempos de entrega y, además, los niveles de servicio en los escenarios empresariales con mayor competitividad.

Logística en el Ecuador

De acuerdo a información proporcionados por la UTPL (2022) la logística en el Ecuador es esencial para la activación de su economía, funcionando como pilar fundamental que soporta el intercambio comercial tanto a nivel local como el internacional. Se puede indicar que esta normativa se concentra especialmente en la planificación, en la implementación y sobre todo en el control eficiente de todo el movimiento de los recursos, de los productos y, además, de los servicios, desde el punto de partida hasta llegar al destino final.

Para algunas de las empresas ecuatorianas, la gestión logística es un elemento sumamente primordial de competitividad, puesto que, influye manera directa en la reducción sobre los costos, la satisfacción del usuario y, también, de la mejora en los tiempos de entrega, algunos de los puntos estratégicos son la ciudad de Guayaquil y Quito, a pesar que estos lugares presentan en la actualidad retos muy notables en cuanto a la transformación digital.

Comercio

El comercio se lo puede definir como la actividad económica que repercute directamente en el intercambio libre de bienes o servicios, que en tiempos remotos se lo ejecutaba mediante el trueque y que en la vida actual se la realiza principalmente con el cambio de dinero u otra manera clave de valor simbólico. Este sistema no solo reviste las necesidades de las personas para poder acceder a los bienes y servicios que no pueden producir por sí mismas, sino que, además constituye una base esencial dentro del sistema económico mundial.

Toda actividad comercial se apoya específicamente en el enfoque y en la división del trabajo, puesto que, las empresas y las personas focalizan sus esfuerzos en producir los bienes con los que tienen ventajas, como la disponibilidad de los recursos naturales, el nivel tecnológico o las condiciones del entorno.

Según el Banco Mundial (2022) el comercio es indispensable puesto que, impulsa el crecimiento económico, fortaleciendo el empleo, ayudando así, a reducir la pobreza e incrementando las oportunidades sobre el desarrollo. La competencia que se inserta en el comercio internacional conlleva a que las empresas puedan ser más innovadoras, que puedan optimizar sus procesos y, además, ofrecer precios más competitivos.

Comercio electrónico

El comercio electrónico se lo puede definir como el proceso de venta, compra o intercambio de los bienes y de servicios que realizan las personas y que se efectúa haciendo uso de los recursos digitales, entre ellos, plataformas, y aplicaciones en línea. El comercio electrónico es una transformación del sistema empresarial clásico, facilitando las relaciones entre los distintos actores como la empresa a consumidor, empresa a empresa o incluso de consumidor a consumidor.

De acuerdo con Hayes R. (2017), la importancia del comercio electrónico radica en la capacidad para superar restricciones de territorio y de tiempo, permitiendo que las empresas puedan operar de una forma continua, sin limitaciones alguna. Esta situación no solo extiende el alcance del mercado, sino que, además, puede reducir los costos al disminuir la demanda del espacio físico y mejorar aquellos procesos como la gestión del inventario y sobre todo el manejo de pagos.

El éxito está esencialmente relacionado a la experiencia del usuario, puesto que, se apoya en base a las tecnologías modernizadas como la inteligencia artificial para proporcionar una navegación intuitiva y una publicidad personalizada, consolidándose como una fuerza motriz esencial en la economía global renovada.

Empresa Amazon

La empresa Amazon es una entidad transaccional de origen estadounidense, muy reconocida a nivel mundial por ser un mentor del comercio virtual minorista y un proveedor predominante en los servicios de computación. Según los datos proporcionados por la revista digital de Amazon, esta empresa fue creada en 1994, la compañía empezó como una librería en

online, pero con el paso del tiempo progresó rápidamente hasta transformarse en un extenso mercado en línea que ofrece amplios servicios.

El modelo de negocios de la empresa Amazon se la caracteriza por la confiabilidad del cliente que busca siempre productos de primera, por aquello, que Amazon ofrece la mayor variedad de servicios, considerando los precios competitivos, mediante un programa de suscripción Amazon Prime.

Además de su entorno virtual minorista, una parte primordial del éxito y del rendimiento de la empresa proviene de Amazon Web Services, su división de cloud computing, el almacenamiento y el software a empresas, régimen a nivel mundial, afianzando a Amazon no solo como una potencia minorista, sino, además, como un gigante tecnológico mundial.

Resultados Obtenidos

Como se ha venido manifestando, el comercio se puede definir como la compra y venta de productos mediante el empleo de los medios digitales, permitiendo que las transacciones se las efectúen sin la presencia física de usuarios y de los vendedores.

Por otra parte, las ventas por internet en el territorio ecuatoriano han determinado una notable expansión, resultado por la mayor conectividad en varios sitios web, la aceptación de nuevas modalidades de consumo en líneas y la ambición de las empresas locales por expandir sus productos hacia el ámbito internacional.

Según Rohoden L. (2025) en el año 2022, las transacciones digitales llegaron a sumar alrededor de los 1.200 millones de dólares, esto quiere decir que, la modalidad es un motor primordial para el progreso económico local. Bajo este contexto, Amazon destaca como el portal líder en la entrada de artículos minoristas, apoyado en una red de distribución en el sólido nivel de seguridad que proyecta hacia sus compradores. Los resultados indican que alrededor del 46,67% de los propietarios de negocios encuestados eligen a Amazon como su herramienta base para adquirir y traer mercancía, aventajando a opciones como Shein, eBay o AliExpress tanto en predilección como en uso habitual dentro del sector local.

De acuerdo a Idrovo P. (2024) la transformación digital ha modificado las pautas de compra y la administración empresarial, estableciendo al canal online como un medio eficiente para la comercialización. No obstante, en el entorno ecuatoriano aún sobreviven obstáculos culturales y brechas tecnológicas que frenan su integración, lo cual subraya la urgencia de fomentar tácticas destinadas a potenciar las habilidades digitales de los dueños de negocios y optimizar su actual competitividad.

Gigantes globales de la talla de Amazon actúan ahora como un estándar crítico en la logística del e-commerce, gracias a la implementación de esquemas de reparto avanzados, nodos de acopio estratégicos y convenios con operadores de carga. Dicha metodología ha impactado directamente en el escenario ecuatoriano, motivando la integración de procesos enfocados en agilizar los despachos, reducir los gastos de ejecución y satisfacer el auge constante en el volumen de pedidos por internet.

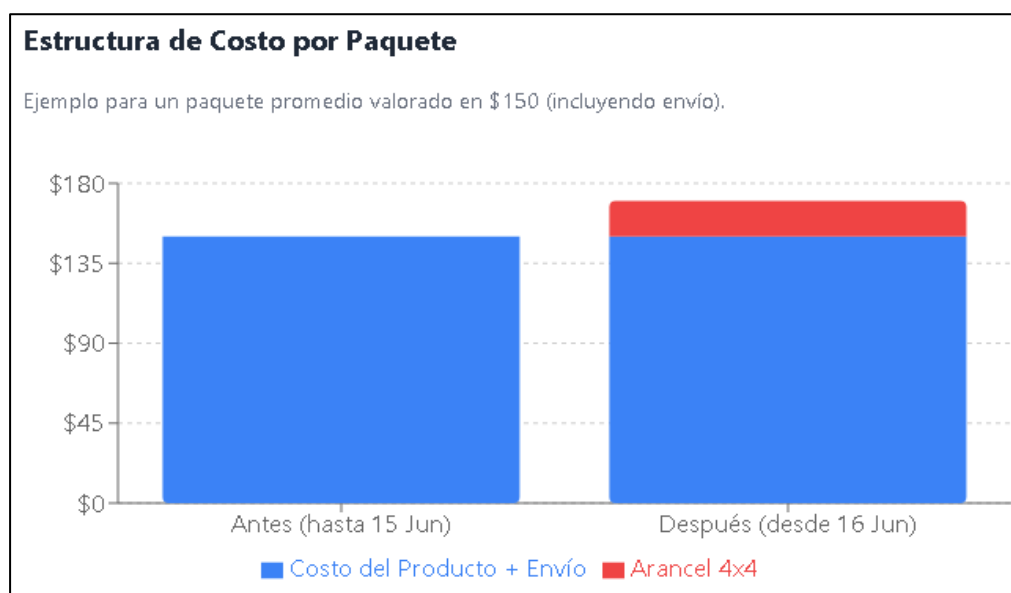
La CITEC (2023) señala que, además de los entornos virtuales tradicionales, en la actualidad, se ha encontrado nuevas formas de expansión, ya sea por medio de las redes sociales y de las aplicaciones de mensajería, permitiendo así, que los pequeños y medianos negocios puedan acceder a esta nueva metodología, con una inversión inicial reducida.

Análisis de Resultados

La digitalización es una competencia que no solo beneficia al consumidor, sino que también promueve el crecimiento económico, a nivel mundial, Amazon se ha consolidado como el estándar de oro en las ventas digitales, expandiendo su presencia hacia diversos ámbitos de la industria y la tecnología.

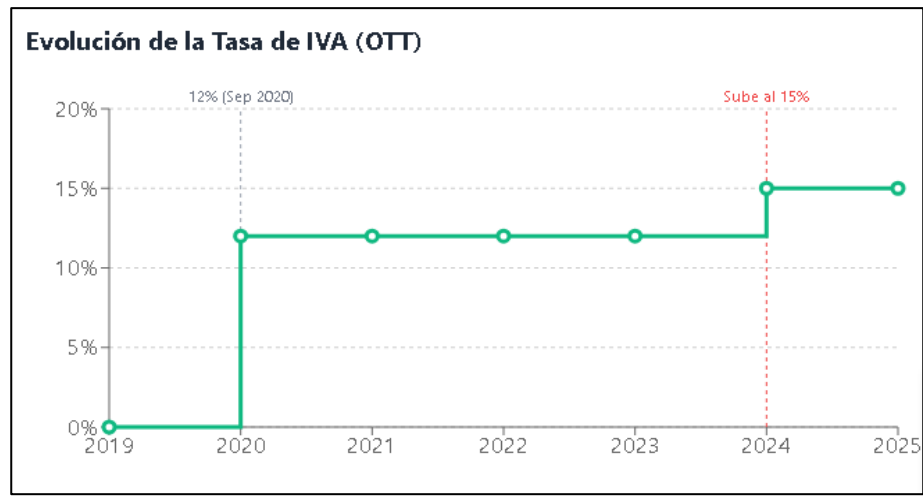
Las adquisiciones en el extranjero impactan de forma inmediata en el ecosistema económico de Ecuador, al alterar la rivalidad entre negocios y aumentar las exigencias del público local. La firma no solo sobresale por su portal de transacciones, sino también por la expansión de sus soluciones digitales, destacando principalmente la relevancia global de Amazon Web Services.

El 16 de junio del 2025, Ecuador aplicó un arancel de \$20 dólares a cada paquete ingresado mediante el régimen courier 4x4, el cual permite importaciones personales de 4 kg y un valor máximo de 400 dólares. Esta disposición, establecida por el Comité de Comercio Exterior en la resolución N.º 006-2025, tiene como objetivo evitar el uso comercial indebido de este mecanismo y fortalecer la producción nacional (Ondata, 2025).



Fuente: Ondata Content Lab.

De acuerdo a la página Administration (2025) se estipula que, en septiembre de 2020, nuestro territorio ecuatoriano utilizó un impuesto al valor agregado del 12 %, el cual se acrecentó de manera notoria al 15 % en 2024. Esta carga se cobra a los servicios que ofrecen las plataformas OTT (over the top), como, por ejemplo: Uber, Airbnb y Netflix, y aquellos pagos que se realizan con tarjetas de crédito o débito emitidas en nuestro país.



Fuente: International Trade Administración

Según la CECE, las primordiales categorías envueltas en el comercio electrónico del Ecuador corresponden a alimentos, productos farmacéuticos y artículos de venta libre (OTC), asimismo, de aquellos servicios de restaurantes y entregas a domicilio.

Lecciones y Recomendaciones

Lecciones

El servicio Fulfillment by Amazon se presenta como un apoyo clave para los emprendedores, al encargarse de actividades logísticas esenciales como el resguardo de inventarios, el envío de los pedidos y la gestión del servicio al cliente. Esta modalidad reduce la carga operativa de los negocios y contribuye a una experiencia de compra más eficiente, fortaleciendo la posición de los productos comercializados desde Ecuador dentro del mercado global.

Frente a otros portales digitales, Amazon se distingue por poseer una red logística unificada, sólidos márgenes de confianza por parte de los clientes y un vínculo eficaz entre proveedores y adquirentes a escala global. Tales atributos justifican su favoritismo ante opciones competidoras y la establecen como un recurso fundamental para potenciar el negocio online en Ecuador. De igual forma, su soporte tecnológico perfecciona las fases de venta, distribución y seguimiento de mercancía, reduciendo vulnerabilidades en la operación y elevando el rendimiento integral. Esto beneficia el nivel competitivo de los negocios locales y consolida su proyección en plazas extranjeras.

Las operaciones de Amazon orientadas al mercado ecuatoriano presentan importantes restricciones logísticas que inciden directamente en su desempeño. Se pueden manifestar que la falta de centros de distribución en el territorio ecuatoriano obliga a depender de envíos internacionales, los cuales pueden ser más costosos y el tiempo de entrega sea modificado, además, que los trámites aduaneros son complejos, así como la poca articulación de tecnología con los

operadores logísticos nacionales, lo que causa un problema en el seguimiento eficaz de las solicitudes realizadas por los usuarios.

Recomendaciones

Es de suma importancia recomendar que se considere a Amazon como una de las plataformas virtuales estratégica para las personas emprendedoras ecuatorianas, puesto que, su alcance internacional, además de su reconocimiento mundial y una sólida instalación logística, favorecen considerablemente la expansión de los servicios hacia nuevos mercados, asimismo, el uso de esta plataforma conlleva a superar las restricciones del comercio local y de potenciar al máximo la proyección internacional de los negocios nacionales.

Las organizaciones públicas y privadas puedan promover políticas y sistemas útiles orientadas al fortalecimiento del comercio digital, a través de una mejora de la estructuras y equipamiento tecnológico específico, de talleres empresariales, de ámbitos regulatorios precisos, de los incentivos a la innovación, del fortalecimiento logístico nacional, de la educación digital para los consumidores, y sobre todo al acceso a medios de pagos en líneas, ganando así la confianza de los usuarios en las transacciones online, de esta manera se impulsa el desarrollo sostenible del e-commerce en Ecuador.

Es meritorio examinar y fortalecer alternativas de las logísticas que erradiquen la dependencia del courier 4x4, puesto que, este sistema es sensible a cambios en las normativas y al aumento de los costos; claro que este modelo ha facilitado el acceso a servicios importados sin necesidad de infraestructura local, sin embargo, el incremento de los aranceles ha permitido que pierda el atractivo para los usuarios.

Preguntas de Reflexión

Si se formara parte del equipo estratégico de Amazon, ¿sería conveniente invertir en un centro de distribución en Ecuador?

La inversión solo sería beneficioso si existe un volumen de demanda sostenido que garantice retorno a mediano plazo. Antes de decidir, se deberían evaluar factores como tamaño del mercado, crecimiento del comercio electrónico, estabilidad normativa, cargas tributarias, costos laborales, infraestructura logística y riesgos regulatorios. También sería clave analizar si un centro local reduciría tiempos y costos lo suficiente para generar ventaja competitiva frente al actual modelo courier. Si el entorno regulatorio es inestable o el mercado es limitado, podría ser más eficiente fortalecer alianzas logísticas en lugar de realizar una inversión directa.

Desde la perspectiva del Estado ecuatoriano, ¿las actuales políticas arancelarias y el régimen 4x4 fomentan o limitan el desarrollo del comercio electrónico?

Las políticas actuales cumplen una función recaudatoria y de protección productiva, pero también incrementan los valores de las compras internacionales y reducen competitividad. El régimen 4x4 facilita el acceso, aunque sus límites restringen escalabilidad. Para equilibrar recaudación y competitividad, el Estado podría simplificar trámites aduaneros, digitalizar procesos, revisar límites y cargas sin eliminarlos totalmente, y promover incentivos para centros logísticos locales. La clave no es reducir impuestos indiscriminadamente, sino generar un entorno predecible que atraiga inversión y dinamice el sector.

Como consumidor ecuatoriano, ¿se prioriza precio, tiempo de entrega o confianza en la plataforma al comprar en el exterior? ¿Cómo influyen los costos adicionales en la decisión final de compra?

En la práctica, el precio suele ser el factor decisivo. Sin embargo, cuando los tiempos de entrega son extensos o los costos adicionales (envío, aranceles, IVA) elevan demasiado el valor final, la decisión puede cambiar hacia el mercado local. La confianza en la plataforma también influye, especialmente en compras de mayor valor. Los costos ocultos o poco claros afectan la percepción del beneficio real, por lo que la transparencia y previsibilidad influyen directamente en la decisión final de compra.

Fuentes de Información

- ADMINISTRATION, T. (02 de septiembre de 2025). Obtenido de <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/ecuador-ecommerce>
- Amazon. (s.f.). Obtenido de <https://www.aboutamazon.es/quienes-somos>
- Christopher, M. (2018). Logística: aspectos estratégicos. *Revista Limusa*.
- CITEC. (2023). *Situación del E-Commerce en Ecuador. Observatorio Ecuador*. Obtenido de https://observatorioecuadordigital.mintel.gob.ec/wp-content/uploads/2023/01/CITEC-Situacion-del-E-Commerce-en-Ecuador.pdf?utm_source
- ConnectAmericas. (s.f.). Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/el-mango-una-fruta-ecuatoriana-con-calidad-de-origen?>
- Coyle, J. (2017). Administración de la cadena de suministro: una perspectiva logística. *Revista ESPACIOS*.
- Datos claves sobre el comercio electrónico en Ecuador*. (Marzo de 2025). Obtenido de https://paymentscmi.com/insights/ecuador-datos-mercado-comercio-electronico/?utm_source
- E-Commerce. (s.f.). Obtenido de https://observatorioecuadordigital.mintel.gob.ec/wp-content/uploads/2023/01/CITEC-Situacion-del-E-Commerce-en-Ecuador.pdf?utm_source
- Ecuador, E. C. (s.f.). Obtenido de https://www.pwc.ec/es/publicaciones/assets/e-commerce-ecuador.pdf?utm_source
- ECUADOR, P. (s.f.). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/>
- gob, A. (3 de junio de 2025). Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/regimen-courier-4x4-tendra-arancel-fijo-para-garantizar-su-correcto-uso-y-proteger-la-produccion-nacional/?utm_source
- Hayes R. (2017). Comercio electrónico y estrategias digitales para mercados globales. *Perspectivas*.

- Idrovo P. (2024). Transformación digital y evolución de los patrones de consumo en el Ecuador: Retos y oportunidades para la gestión empresarial. *Revista Ecuatoriana de Innovación y Desarrollo Empresarial*.
- Mejía, A. Q. (2022). Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/880/88069714002/html/?utm_source
- Molly Hayes, A. D. (s.f.). IBM. Obtenido de <https://www.ibm.com/es-es/think/topics/ecommerce>
- Ondata. (3 de junio de 2025). Obtenido de https://www.ondata.com.ec/ecuador-aplicara-arancel-de-20-a-compras-por-courier-4x4-desde-el-16-de-junio/?utm_source
- Portalanza, A. (2024). *Estudio de Transacciones no presenciales en Ecuador*. Obtenido de https://cece.ec/wp-content/uploads/estudios-ecommerce-ec/Estudio-Ecommerce-2025-VII-Medicion.pdf?utm_source
- Primicias. (7 de diciembre de 2025). Obtenido de https://www.primicias.ec/economia/amazon-temu-paquetes-importacion-85973/?utm_source
- Rohoden, L. (2025). Impacto del comercio electrónico en el desarrollo económico local: Análisis del comportamiento empresarial y preferencia de plataformas digitales en 2022. *evista Latinoamericana de Comercio Digital*.
- Ronquillo, S. N. (2025). *Repositorio*. Obtenido de ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL Y GLOBAL: <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/232a7b4e-aec6-4690-ac9b-0b4ff735cc21/content>
- Samantha Maylee Rohoden Aguirre, M. J. (2025). *Revista Científica Multidisciplinar*. Obtenido de <file:///C:/Users/mahol/Downloads/17922-Texto%20del%20art%C3%ADculo-83240-2-10-20250620.pdf>
- Soriano Idrovo, P. A. (2024). *Repositorio de Espol*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/65524>
- Transgesa. (s.f.). Obtenido de <https://www.transgesa.com/blog/que-es-logistica/>

UTPL. (16 de febrero de 2022). Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/logistica-y-transporte-clave-para-la-dinamizacion-de-la-economia-ecuatoriana-0>

Zambrano, S. (2 de junio de 2025). *Metro Ecuador*. Obtenido de https://www.metroecuador.com.ec/noticias/2025/06/02/cuanto-costara-traer-paquetes-de-temu-o-amazon-a-ecuador-con-arancel-al-courier-4x4/?utm_source

Anexos

Anexo 1. Evolución del comercio electrónico en Ecuador (2015–2025).

Año	Evento relevante	Impacto en la logística
2015	Crecimiento inicial del e-commerce nacional	Desarrollo básico de entregas urbanas
2020	Pandemia COVID-19	Aumento acelerado de compras online
2022	Incremento de transacciones digitales (\$1.200 millones)	Mayor demanda de courier internacional
2024	Aumento del IVA del 12% al 15%	Incremento en costo final al consumidor
2025	Arancel fijo \$20 régimen 4x4	Disminución del atractivo del sistema courier

Fuente: CECE; Servicio Nacional de Aduana del Ecuador; Banco Interamericano de Desarrollo.

Anexo 2. Régimen Courier 4x4 en Ecuador

Característica	Detalle
Peso máximo	4 kg
Valor máximo	USD 400
Uso	Importaciones personales
Arancel 2025	USD 20 por paquete
Tributos adicionales	IVA 15% (si aplica)

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2025)

Anexo 3 Comparación de plataformas de comercio electrónico utilizadas en Ecuador

Plataforma	Ventajas	Limitaciones en Ecuador
Amazon	Confianza, trazabilidad, red global	No posee centro de distribución local
Shein	Precios bajos	Variabilidad en tiempos de entrega
AliExpress	Amplia variedad	Tiempos largos
eBay	Diversidad de vendedores	Dependencia del vendedor

Fuente: Rohoden (2025)

Anexo 4. Marco normativo aplicable al comercio electrónico internacional

Normativa	Aplicación
Resolución COMEX N.º 006-2025	Arancel fijo courier 4x4
Ley de Régimen Tributario Interno	Aplicación IVA
Código Orgánico de la Producción (COPCI)	Regulación comercio exterior
Reglamento Aduanero	Procedimientos de importación

Fuente: Comité de Comercio Exterior del Ecuador (2025)