



Uleam

UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**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 EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**EL FLUJO DE IMPORTACION DE LOS PRODUCTOS NIKE “ZAPATOS” HACIA EL
MERCADO ECUATORIANO**

ELABORADO POR:

MERA MERO MICHAEL ANTONIO

TUTOR:

HUGO CARLOS VERA SANTANA

MANTA – ECUADOR

2025



**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 EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**EL FLUJO DE IMPORTACION DE LOS PRODUCTOS NIKE “ZAPATOS” HACIA EL
MERCADO ECUATORIANO**

ELABORADO POR:

MICHAEL ANTONIO MERA MERO

TUTOR:

HUGO CARLOS VERA SANTANA

MANTA – ECUADOR

2025

Dedicatoria

A mis padres, José Mera y Camila Mero, por ser mi pilar y fuente de inspiración. A mi hermana mayor, Dayana Mera, por su amor y apoyo incondicional, por ser parte de mi vida y compartir este camino conmigo. Gracias a mi familia por su amor, apoyo y sacrificio. Su influencia ha sido fundamental en mi crecimiento personal y académico. Los admiro y los amo profundamente.

Michael Antonio Mera Mero

Reconocimiento (Agradecimientos)

Agradezco profundamente a mis padres, quienes apoyan mis ideas y me ayudan a lograr mis metas. A mis familiares, amigos y compañeros de la universidad, por ayudarme a cumplir mis metas y objetivos.

ÍNDICE

Dedicatoria	II
Reconocimiento (Agradecimientos).....	IV
Resumen.....	VI
Abstract	VI
1. Introducción	1
2. Antecedentes	1
3. Definición del Problema	2
3.1. Delimitación.....	2
3.2. Planteamiento.....	3
4. Preguntas	3
4.1. Pregunta y reflexion	3
5. Justificación y propósito	4
6. Objetivos (Extensión máxima 250 palabras)	5
6.1. Objetivo General	5
6.2. Objetivo Especifico	5
7. Idea a defender	5
8. Unidades de Análisis	5
9. Metodología	5
10. Marco conceptual	6
14. Fuentes de Información.....	12
15. Anexos.....	15

Resumen

El presente estudio analiza el flujo de importación de calzado Nike en Ecuador, enfocándose en cómo los altos aranceles y costos logísticos elevan su precio final para el consumidor. El estudio busca identificar los factores clave que afectan la accesibilidad y el costo de estos productos, considerando las regulaciones comerciales y las preferencias del mercado ecuatoriano. La metodología combinará un enfoque descriptivo y explicativo, recopilando cifras oficiales del Banco Central del Ecuador y del Ministerio de Comercio Exterior para identificar tendencias de importación. Además, se analizarán las campañas publicitarias y estrategias de marketing de Nike, comparando los costos de importación con los precios finales al consumidor. Se espera que la investigación revele la complejidad del proceso, las estrictas normativas aduanera y la intensa competencia que enfrenta Nike.

Palabras clave: Nike, Marketing, Logístico, Aranceles, Consumidor, Mercado, Importaciones, Regulaciones aduaneras y Distribuidores.

Abstract

This study analyzes the flow of Nike footwear imports in Ecuador, focusing on how high tariffs and logistics costs increase their final price for the consumer. The study seeks to identify the key factors affecting the accessibility and cost of these products, considering trade regulations and the preferences of the Ecuadorian market. The methodology will combine a descriptive and explanatory approach, compiling official figures from the Central Bank of Ecuador and the Ministry of Foreign Trade to identify import trends. Additionally, Nike's advertising campaigns and marketing strategies will be analyzed, comparing import costs with final consumer prices. The research is expected to reveal the complexity of the process, the strict customs regulations, and the intense competition that Nike faces.

1. Introducción

La importación de calzado Nike hacia el mercado ecuatoriano ha crecido significativamente en los últimos años, convirtiéndose en una parte importante de la vida cotidiana de muchos ecuatorianos. Desde su fundación en 1964, Nike ha trabajado incansablemente para posicionarse como una marca líder en el mundo del deporte, destacándose por su innovación y sus campañas de marketing que conectan emocionalmente con los consumidores.

En Ecuador, el interés por la actividad física y el bienestar ha impulsado la demanda de calzado de calidad. Las personas buscan no solo un producto que les ayude en su rendimiento deportivo, sino también un estilo que se adapte a su vida diaria. Aunque Ecuador no tiene un tratado de libre comercio con Estados Unidos, donde se produce la mayoría de los productos Nike, la situación económica, marcada por la dolarización, ha permitido que más ecuatorianos accedan a estas marcas.

Distribuidores locales han hecho posible que los productos Nike estén disponibles en todo el país, lo que ha permitido que muchos puedan disfrutar de su diseño y calidad. Sin embargo, la competencia con otras marcas también es intensa, lo que empuja a Nike a mantenerse innovadora y relevante en un mercado en constante cambio. Este panorama no solo revela el crecimiento de las importaciones de calzado Nike, sino que también refleja cómo las decisiones de compra de los consumidores ecuatorianos están moldeadas por sus deseos de calidad, estilo y conexión emocional con la marca.

2. Antecedentes

Nike, Inc., fundada en 1964 por Bill Bowerman y Phil Knight como Blue Ribbon Sports, se ha consolidado como líder global en la fabricación de calzado deportivo, ropa y accesorios. Su expansión en América Latina, incluyendo Ecuador, comenzó en las décadas de

1980 y 1990, impulsada por una estrategia de marketing efectiva y productos innovadores que han sido adoptados tanto por atletas de élite como por el consumidor general. Este crecimiento se ha visto respaldado por la imagen de calidad y rendimiento de sus productos, lo que ha aumentado la demanda de calzado Nike en el país.

En Ecuador, las importaciones de calzado deportivo han evolucionado favorablemente debido a factores como la apertura comercial y la implementación de acuerdos de libre comercio, que han facilitado el acceso a bienes de consumo. En los últimos 20 años, la estabilidad económica y la dolarización del país han contribuido al poder adquisitivo de los consumidores, lo que ha permitido a Nike establecerse firmemente en el mercado ecuatoriano. La competencia con otras marcas internacionales ha crecido, pero Nike ha sabido posicionarse como un referente en el sector.

Los acuerdos comerciales, aunque Ecuador no esté en un tratado de libre comercio con Estados Unidos, han beneficiado la importación de productos estadounidenses, incluyendo calzado Nike. Además, el creciente interés por el bienestar y la moda urbana ha impulsado el consumo de calzado deportivo, lo que ha permitido a Nike adaptarse y mantener una fuerte presencia en el país, gracias a su enfoque en calidad, diseño e innovación.

3. Definición del Problema

3.1. Delimitación

Tema macro: importación de calzado Nike hacia el mercado ecuatoriano

Delimitación: periodo 2022-2024

Problemática: Las importaciones de productos Nike, especialmente de calzado deportivo, se enfrentan a varios obstáculos en el mercado ecuatoriano, como altos aranceles, alto costo logístico. Esta situación provoca que los precios para el consumidor final aumenten considerablemente.

3.2. Planteamiento

El mercado ecuatoriano ha mostrado un incremento significativo en la importación de las zapatillas deportivas, impulsando por la creciente inclinación hacia el deporte, la moda y la preferencia por productos de alta calidad como los de Nike. A pesar de no existir un tratado libre comercio entre Ecuador y Estados Unidos las políticas de importación, la dolarización y la creciente demanda local han permitido una expansión sostenida de esta marca en Ecuador. Este análisis busca responder preguntas clave sobre las preferencias del consumidor, las políticas comerciales que afectan a Nike y cómo estas se traducen en la experiencia de los compradores locales.

4. Preguntas

¿Cuáles son los principales factores que influyen en la preferencia de los ecuatorianos por el calzado Nike frente a otras marcas Performan ?

¿Cómo afectan las políticas de importación ecuatorianas al precio final del calzado Nike en el mercado local y costo logístico ?

¿Qué estrategias podrían implementarse para evitar el ingreso ilegal de calzado Nike al mercado ecuatoriano?

4.1. Pregunta y reflexion

¿Cuáles son los principales factores que influyen en la preferencia de los ecuatorianos por el calzado Nike frente a otras marcas Performan?

A los ecuatorianos les gusta el calzado Nike principalmente por su imagen de prestigio y éxito. La marca es vista como un símbolo de estatus. También influye su tecnología avanzada, con innovaciones como Air Max, que garantizan un rendimiento superior. Por último, su poderoso marketing con deportistas de élite crea una conexión emocional que la diferencia de otras marcas..

¿Cómo afectan las políticas de importación ecuatorianas al precio final del calzado Nike en el mercado local y costo logístico?

Las políticas de importación de Ecuador elevan el precio del calzado Nike. Esto sucede porque el gobierno aplica varios impuestos y aranceles, como un porcentaje del valor del zapato más una tarifa fija por cada par. A esto se suman los costos logísticos, como el envío internacional y los trámites de aduana.

¿Qué estrategias podrían implementarse para evitar el ingreso ilegal de calzado Nike al mercado ecuatoriano?

Una opción sería bajar los aranceles y hacer más rápidos los trámites de importación. También ayudaría que existan acuerdos directos entre Nike y distribuidores locales. De esa forma, habría más productos originales a precios accesibles.

5. Justificación y propósito

El estudio es importante porque permite entender cómo las dinámicas comerciales y las preferencias del consumidor pueden influir en el desarrollo del mercado de bienes importados en Ecuador. Además, analizar la presencia de Nike como una marca global en un contexto local ofrece aprendizajes sobre estrategias de posicionamiento y adaptación comercial, útiles tanto para empresas como para formuladores de políticas públicas.

El propósito del análisis es explorar cómo las características del mercado ecuatoriano y las estrategias de Nike en términos de importación, marketing y distribución han permitido consolidar su presencia en el segmento de zapatillas deportivas. Esto permitirá identificar oportunidades y desafíos tanto para la marca como para el entorno económico local.

6. Objetivos (Extensión máxima 250 palabras)

6.1. Objetivo General

Identificar los factores clave que afectan el precio y la accesibilidad del calzado Nike en el mercado local, considerando las regulaciones comerciales y los costos de importación.

6.2. Objetivo Especifico

Conocer qué es lo que realmente buscan los ecuatorianos cuando eligen calzado Nike

Observar el crecimiento de la demanda de calzado Nike entre los adolescentes en Ecuador.

7. Idea a defender

Las regulaciones comerciales y los costos asociados a la importación son factores clave que afectan el precio y accesibilidad del producto en el mercado local.

8. Unidades de Análisis

El objetivo de estudio del analisis de caso son las importaciones de calzados de la marca nike hacia el mercado ecuatoriano.

9. Metodología

El análisis se llevará a cabo combinando un enfoque descriptivo, explicativo y cualitativo para entender a profundidad el tema. Para esto, se recopilarán datos de diferentes fuentes. Por un lado, se utilizarán cifras oficiales del Banco Central del Ecuador y del Ministerio de Comercio Exterior para identificar las tendencias en la importación de calzado.

Descriptivo

El mercado ecuatoriano de calzado deportivo está en expansión, impulsado por el interés en la salud y el estilo de vida activo. Los consumidores priorizan la comodidad, el rendimiento y el diseño, destacándose la tendencia. Nike mantiene una posición líder gracias a su fuerte reconocimiento de marca y alianzas con distribuidores como Equinox y Marathon

Sports. La estrategia de Nike incluye patrocinios individuales y una cadena de suministro adaptada localmente. Las políticas arancelarias han mejorado desde 2019, facilitando la importación especializada. Existen desafíos como el contrabando y trámites complejos, pero también oportunidades de crecimiento(Sandler, Travis & Rosenberg,2025).

Explicativo

Explica que Nike patrocina atletas individuales en vez de clubes por riesgos como la piratería. También analiza cómo, pese a la reducción arancelaria, los exigentes requisitos de importación limitan la competencia. La elección de distribuidores locales responde a la búsqueda de eficiencia operativa y crecimiento estratégico. El contrabando y la falsificación afectan directamente el valor de marca y las decisiones de inversión(Merchán 2011).

Cuantitativo

Es un enfoque de investigación que se basa en la recolección y análisis de datos numéricos y estadísticos para medir, cuantificar y establecer relaciones objetivas entre variables. Su esencia radica en la búsqueda de la precisión, la objetividad y la capacidad de generalizar los hallazgos a una población más amplia.proporciona la evidencia numérica y estadística necesaria para comprender la magnitud de los fenómenos, identificar tendencias claras y fundamentar las conclusiones sobre el flujo de importación de calzado Nike en Ecuador(Acicam).

10. Marco conceptual

El proceso de importación de calzado Nike al mercado ecuatoriano es complejo y combina una red logística internacional muy bien estructurada con las particularidades propias del entorno local. Nike logra manejar este proceso de forma eficiente gracias a un modelo de producción ágil y tercerizado, con fábricas principalmente en Asia, una estrategia de ventas directas al cliente (DTC), y un alto nivel de integración tecnológica en cada etapa de su cadena

de suministro. Todo esto le permite reducir costos, distribuir mejor los riesgos y adaptarse rápidamente a la demanda mundial.

Fase de aplicación y abastecimiento: En el inicio del proceso de importación de calzado Nike hacia Ecuador, dos aspectos son fundamentales: anticiparse a la demanda del mercado y asegurar la compra eficiente de materiales. Para lograrlo, Nike se apoya en herramientas de inteligencia artificial que le permiten predecir el comportamiento del consumidor con alta precisión. Esto es clave en un mercado como el ecuatoriano, donde los gustos cambian rápido y los clientes son sensibles al precio. Una buena planificación ayuda a evitar tanto el exceso de productos que eleva los costos de aduana y almacenamiento como el desabastecimiento que implica perder ventas. Al mismo tiempo, Nike mantiene relaciones sólidas con proveedores en distintas partes del mundo, y busca adquirir materiales cerca de sus fábricas para reducir tiempos y costos.(ekos Negocios, 2025)

Fabricación y Garantía de Calidad: Nike ha proyectado la demanda y asegurado los insumos necesarios, el siguiente paso clave es la producción y el control de calidad. La marca trabaja con fábricas por contrato en distintas partes del mundo, donde se ensamblan, prueban, inspeccionan y embalan los productos. Estas fábricas fabrican cientos de artículos bajo diversas marcas, lo que implica una operación compleja que debe garantizar que cada producto cumpla con los altos estándares de Nike, sin importar el destino final. En el caso de Ecuador, esto significa asegurarse de que el calzado cumpla tanto con las exigencias internas de la marca como con la normativa técnica local. Nike aplica controles rigurosos en cada etapa del proceso de fabricación para evitar errores, desperdicios o incumplimientos que puedan afectar la calidad. Además del control interno, se asegura de cumplir con regulaciones internacionales y ecuatorianas, como el reglamento RTE INEN 080 sobre etiquetad (Körber AG & Infios 2025.)

Logística y Transporte: Una vez que los zapatos Nike se fabrican, comienza el proceso logístico que permite llevarlos desde Asia hasta el mercado ecuatoriano de manera eficiente. Para este traslado, se emplean dos métodos principales: el transporte marítimo y el aéreo. El primero es más económico y se usa para grandes volúmenes, aunque los tiempos de llegada pueden tardar entre 25 y 35 días. Este tipo de carga suele salir de puertos importantes como Shanghái o Ningbo-Zhoushan. Por otro lado, cuando hay urgencia o necesidades puntuales, Nike recurre al transporte aéreo, que reduce el tiempo de entrega a entre 3 y 7 días, con destinos como el Aeropuerto de Quito. La decisión entre uno u otro depende del inventario y la demanda prevista. Ya en Ecuador, la distribución queda en manos de Masplay S.A., empresa encargada de comercializar Nike en varios países de la región andina. Su modelo incluye ventas mayoristas, tiendas físicas y comercio digital. Como Nike ha apostado cada vez más por vender directamente al consumidor, es fundamental que la logística interna del país sea rápida, flexible y eficiente (Camara de comercio).

Aduanas y cumplimiento normativo en Ecuador: La importación de calzado Nike a Ecuador requiere cumplir con exigentes normas aduaneras. Es obligatorio presentar documentos como factura comercial, guía aérea, póliza de seguro y RUC. También se requieren certificados como el INEN-1 y, en casos especiales, documentos del SRI, SENAE, IESS y Ministerio del Deporte. El proceso se gestiona digitalmente a través de ECUAPASS y requiere firma electrónica. Se incluye la revisión documental, posible inspección física y el pago de tributos. El calzado deportivo paga un arancel Ad Valorem del 10%, más IVA (15%) y Fodinfra (0.5%). Importaciones desde fuera de la Comunidad Andina enfrentan aranceles más altos. El etiquetado en español y el peso detallado por unidad son requisitos adicionales. Errores en la documentación pueden generar demoras, multas o retención de mercancía. Una planificación cuidadosa es clave para un ingreso exitoso al mercado ecuatoriano (Aduanet).

11. Resultados Obtenido

Análisis del Flujo de Importación de Zapatos Nike al Mercado Ecuatoriano regido por un conjunto de regulaciones aduaneras específicas y se caracteriza por una presencia notable de la marca a través de canales de distribución establecidos.

El proceso de importación: En Ecuador requiere que los importadores se registren ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) y el Servicio de Rentas Internas (SRI), obteniendo un Registro Único de Contribuyentes (RUC). La gestión aduanera se realiza a través de la plataforma virtual ECUAPASS, donde se presenta la documentación requerida, incluyendo la factura comercial, el conocimiento de embarque o guía aérea, y un certificado de conformidad (INEN-1) si aplica.

Regulaciones y Aranceles Específicos para Calzado: La importación de calzado en Ecuador está sujeta a impuestos y aranceles específicos. Generalmente, se aplica un Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 15% y una contribución al FONDINFA del 0.5%. Además, existen aranceles especiales para el calzado, que pueden incluir un arancel Ad Valorem (ADV) del 0-30% más una tasa de \$6 USD por kilogramo. Un punto relevante para el calzado deportivo, incluyendo los zapatos Nike, es la reducción arancelaria implementada en 2019, que disminuyó las tarifas de importación para este tipo de productos al 15% con el objetivo de fomentar la práctica deportiva.

Canales de Importación y Origen: En el mercado ecuatoriano, la marca Nike opera a través de canales de distribución oficiales. Por ejemplo, Marathon Sports figura como un distribuidor clave de productos Nike en el país, lo que sugiere una estructura de importación y distribución bien definida para abastecer tanto a tiendas especializadas como a sus propios puntos de venta, incluyendo outlets.

Tendencias de Mercado e Impacto: El mercado ecuatoriano muestra una demanda creciente de calzado deportivo, con una tendencia hacia el aumento de las importaciones del

calzado textil en los últimos años. A pesar de que Nike mantiene una posición de liderazgo a nivel mundial en el mercado de calzado deportivo, su participación en el mercado ecuatoriano se ve influenciada por la competencia y las dinámicas locales de importación.

12. Analisis de Resultados

El ingreso de calzado Nike a Ecuador es un proceso complejo que abarca desde la manufactura en Asia hasta la venta al consumidor. La mercancía, producida principalmente en países como China y Vietnam, es transportada globalmente para luego ser introducida al mercado ecuatoriano a través de sus puertos principales.

Este flujo comercial no solo implica logística, sino que también está estrictamente regulado por las leyes aduaneras de Ecuador, incluyendo aranceles y otros impuestos que impactan el precio final del producto. La estrategia de Nike es mantener una presencia dominante, por lo que la importación de nuevos modelos es clave para competir con otras marcas globales y locales.

A nivel económico, la importación de Nike genera ingresos para el estado a través de impuestos y crea empleos en sectores como el transporte y el comercio. Sin embargo, representa un gran desafío para la industria nacional del calzado, que debe enfrentarse a la fuerte competencia de productos importados. En resumen, el flujo de importación de Nike refleja la interconexión de la economía global y su impacto directo en el mercado y la industria local ecuatoriana.

13. lecciones y recomendaciones

La importación de calzado de una marca global como Nike al mercado ecuatoriano enseña que la planificación es fundamental. El importador se da cuenta de que si no verifica la autenticidad del proveedor, corre el riesgo de que las autoridades confisquen su mercancía, lo que sería una pérdida total de su inversión. También aprende, de forma dura, que la

documentación es el mayor obstáculo. Un simple error en el conocimiento de embarque o la falta de un certificado esencial detiene todo en la aduana, y esos cargos por almacenamiento se acumulan rápidamente.

Otra lección crucial es que el desconocimiento de la clasificación arancelaria es un error costoso. El importador descubre que si clasifica mal el calzado, puede terminar pagando más impuestos de lo debido y enfrentando multas. Además, se aprende que el mercado local es impredecible. Si no se analiza la demanda, se corre el riesgo de tener un inventario lleno de tallas o modelos que nadie quiere comprar. Finalmente, el importador descubre que la logística no es un simple gasto, sino una inversión. Si no se elige el método de transporte adecuado o un agente de aduanas con experiencia, cualquier ahorro logrado en la negociación se esfuma. Cada error cuesta dinero, confirmando que, en el comercio exterior, la ignorancia es un lujo que no se puede permitir.

Como recomendación para que un importador logre una importación fluida de calzado Nike, se recomienda mantener una comunicación constante con el proveedor. Se debe asegurar de que tenga todas las licencias necesarias para exportar a Ecuador. Es fundamental preparar todos los documentos con antelación y sin errores. El importador debe asegurarse de tener el Certificado de Origen para aprovechar cualquier acuerdo comercial y una factura comercial detallada.

Se aconseja clasificar el calzado correctamente en la partida arancelaria que le corresponde; así se evitan problemas y se calculan bien los impuestos. Un buen consejo es contratar a un agente de aduanas con experiencia en calzado deportivo; su conocimiento ahorrará mucho tiempo y dinero. En cuanto a la logística, se debe elegir el método de transporte más adecuado para el pedido: marítimo para grandes cantidades o aéreo si se necesita que llegue rápido. Por último, una vez que la mercancía es liberada, se debe hacer un

control de calidad inmediato para verificar que todo esté en orden. Un buen sistema de inventario ayudará a controlar los productos y a distribuirlos de manera eficiente.

14. Fuentes de Información

SENAE. (2024). Regulaciones y trámites de importación. Recuperado de

www.aduana.gob.ec.

PROECUADOR. (2024). Guía del importador. Recuperado de

www.proecuador.gob.ec.

Cámara de Comercio de Quito. (2024). Asesoría aduanera. Recuperado de

www.lacamaradequito.com.

Ekos Negocios. (2025, 4 de abril). Obtenido de

<https://ekosnegocios.com/articulo/nike-y-adidas-dos-marcas-que-se-ven-afectadas-por-los-aranceles-de-trump>

Aduana del Ecuador (SENAE). Proceso de importación en Ecuador. Obtenido de

<https://www.aduana.gob.ec/>

El Universo. (2019). Aranceles para calzado deportivo disminuyen. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/02/09/nota/7187127/aranceles-calzado-deportivo-disminuyen/>

Primicias. (2023). Ecuador se calza el mercado de los sneakers importados. Obtenido de

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-importacion-zapatos-sneakers-tendencia-nike/>

Marathon Sports. Distribuidor Oficial de Nike. Obtenido de

<https://www.marathonsports.com.ec/nike>

Ecuador import duties sports shoes. Obtenido de

<https://www.serma.net/news/reports/ecuador/the-government-opened-the-doors-to-sneakers-import>

Ecuador counterfeit goods statistics footwear. Obtenido de

https://www.oecd.org/en/publications/trends-in-trade-in-counterfeit-and-pirated-goods_g2g9f533-en.html

Nike. (2024). Manufacturing and Sourcing. Obtenido de

<https://www.nike.com/responsibility/manufacturing-and-sourcing>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). (2024). Boletines y Regulaciones de Importación. obtenido de

<https://www.aduana.gob.ec/>

Agencia EFE. (2022). La apuesta de Nike por el mercado digital en Ecuador. Noticias. Obtenido de

www.efe.com.

Comité de Comercio Exterior (COMEX). (2022). Resolución No. 018-2022.

Etiquetado de Calzado. Obtenido de

<https://www.comex.gob.ec/resolucion-018-2022/>.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). (2024). Manual de Procedimientos de Importación. Recuperado de

www.aduana.gob.ec.

Gobierno de Ecuador. (2024). Trámite: Emisión de registro para la importación de textiles y obtenido de

<https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-registro-importacion-textiles-calzado>.

Banco Central del Ecuador (BCE). (2024). Estadísticas de la Balanza Comercial de Ecuador. obtenido de

www.bce.fin.ec.

International Labour Organization (ILO). (2022). Report on labor conditions in the footwear industry. (Estudio de la OIT sobre las fábricas de calzado).

Nike Inc. (2024). Annual Report. Obtenido de

<https://investors.nike.com/investor-relations/>.

Comite de comercio exterior del Ecuador 2019. Obtenido de

<https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/RESOLUCI%C3%93N-COMEX-019-2019.pdf>

15. Anexos

A. La Fábrica de Zapatos Nike Originales: Innovación y Calidad en el Calzado Deportivo





B.- Cuadro 1: Aranceles e impuesto

Tabla 1: Aranceles e Impuestos Clave para la Importación de Calzado Deportivo en Ecuador (HS Code 6403.19.00.00)

Tipo de Gravamen	Valor/Porcentaje	Fuente
Ad Valorem	10%	▼
Específico (para courier)	\$6.00 por par de zapato	▼
IVA (Impuesto al Valor Agregado)	15%	▼
Fodinfra	0.5%	▼

Comite de comercio exterior del Ecuador 2019

<https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/RESOLUCI%C3%93N-COMEX-019-2019.pdf>