



# EFFECTO DE LAS BARRERAS ARANCELARIAS EN UNA EMPRESA IMPORTADORA DEL SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA

4 de noviembre de 2016

María Elisa Peinado Delgado  
[mariaepeinadod@gmail.com](mailto:mariaepeinadod@gmail.com)<sup>1</sup>

---

## Resumen

Dada la globalización, el comercio internacional repercute de manera directa e indirecta en los sectores económicos y sociales de una nación, provocando eventualmente consecuencias contraproducentes en los distintos grupos de interés, consumidores y productores (nacionales y extranjeros). El libre cambio y el proteccionismo tienen tanto ventajas como desventajas que los países deben entrar a considerar al momento de implementar sus políticas comerciales con el propósito de maximizar el bienestar general de la economía nacional. Sin embargo, normalmente no prevalecen los intereses particulares de las empresas privadas en términos de rentabilidad. Este artículo busca calcular el efecto de la relación indirecta entre las barreras arancelarias en Colombia y la rentabilidad sobre ventas en una compañía importadora del sector textil, Texmoda S.A.S, teniendo en cuenta diversos criterios. Los resultados encontrados coinciden con los esperados al evidenciar un impacto negativo en el indicador mencionado.

---

**Palabras claves:** comercio internacional, proteccionismo, aranceles, rentabilidad.

**Clasificación JEL:** F1, F23, F130

---

<sup>1</sup> Estudiante de economía de noveno semestre de la Universidad Autónoma de Bucaramanga – UNAB. Artículo basado en la práctica profesional realizada en la compañía Texmoda S.A.S en Bogotá, Colombia.



# TARIFF RATE EFFECTS ON AN IMPORTING COMPANY OF THE TEXTIL SECTOR IN COLOMBIA

November 4<sup>th</sup>, 2016

María Elisa Peinado Delgado  
[mariaepeinadod@gmail.com](mailto:mariaepeinadod@gmail.com)<sup>2</sup>

---

## Abstract

Given globalization, international trade impacts directly and indirectly on not only economic but also social sectors of the nation; causing eventually counterproductive consequences on different groups of interest, including consumers and producers (domestic and foreign). Free trade and protectionism have advantages and withdraws that governments should consider while implementing trade policies, in order to maximize the general welfare of the national economy. However, the individual interests of private companies do not prevail in terms of profitability. This paper aims to calculate the negative correlation between the tariff barriers in Colombia the cost effectiveness on sales in a textile importing company, Texmoda S.A.S, taking into account various criteria. Results match the expected negative impact on the mentioned indicator.

---

**Key words:** international trade, protectionism, tariffs, profitability.

**JEL Clasifications:** F1, F23, F130.

---

<sup>2</sup> Last semester economics student at Universidad Autónoma de Bucaramanga – UNAB. Paper based on the intership done at Texmoda S.A.S in Bogotá, Colombia.



## 1. Introducción

En la actualidad, la envergadura del comercio internacional es inminente para las economías de los países, por cuanto trae beneficios tanto para los productores como para los consumidores, al fomentar la especialización regional basada en la ventaja competitiva de cada país; el aumento de la competitividad entre empresas al verse obligadas a innovar en sus procesos, el aprovechamiento de las economías de escala con el fin de reducir los costes medios; y la diferenciación de productos que le posibilita al comprador escoger entre un sinnúmero de variedades disponibles no solo de calidad sino también de precio.

Sin embargo, la determinación de algunos países en vía de desarrollo, como Colombia, por proteger la industria nacional instaurando medidas proteccionistas generan pérdidas de eficiencia, al reducir la proporción del excedente no solo del productor sino también del consumidor. Las barreras arancelarias ocasionan mayores costes medios y totales en las empresas importadoras provocando, por consiguiente, una menor rentabilidad respecto a un precio de venta fijo o un incremento en éste para mantener un margen de beneficio establecido.

Para calcular el efecto de las barreras arancelarias en la rentabilidad sobre ventas de la compañía Texmoda S.A.S., se establecieron dos escenarios que comprenden variables cualitativas y cuantitativas, en ausencia y en presencia de aranceles durante el período comprendido entre enero y junio del año 2016. Igualmente, se compararon los resultados con otros países de América Latina por medio de un porcentaje aproximado de las barreras proteccionistas en el sector textil de estos, *ceteris paribus*.

## 1.1 Objetivos

### 1.1.1 Objetivo general

Evidenciar el impacto de las barreras proteccionistas del sector textil en Colombia, específicamente las arancelarias, en el indicador de la rentabilidad sobre ventas de la empresa importadora Compañía de Inversiones Textiles de Moda – Texmoda S.A.S.

### 1.1.2 Objetivos específicos

- Describir las principales teorías del libre cambio y del proteccionismo en el ámbito económico, resaltando tanto las ventajas como las desventajas de las mismas, así como las propiedades de los aranceles.
- Caracterizar la empresa a tratar, Texmoda S.A.S, así como al grupo al cual pertenece, Inditex, líderes en el *retail* de moda a nivel mundial.
- Calcular el efecto de los aranceles en la rentabilidad sobre ventas en los productos de confección y calzado; determinando la participación del arancel ad valorem y específico sobre la relación indirecta esperada entre estos.
- Comparar el impacto de las barreras arancelarias en la rentabilidad sobre ventas que la compañía tendría en Colombia y en otros países de América Latina como Panamá, Ecuador, Perú y Paraguay individualmente.

## 1.2 Justificación

La justificación del artículo está dada por la intención de plasmar la significativa participación de los aranceles en la totalidad del costo en productos importados, lo cual refleja un desincentivo para las compañías importadoras del sector textil en Colombia; además de las altas tasas de tributación para las empresas, tema que no es objeto de este artículo.

## 1.3 Estructura

En cuanto a la organización del artículo, inicialmente, se exponen los principales autores de las corrientes económicas del comercio internacional, el libre cambio y el proteccionismo, además da una breve contextualización de las barreras arancelarias en general y en Colombia, y una reseña de la compañía. Posteriormente, se determina la manera en que se va a llevar a cabo el trabajo empírico, especificando la caracterización de la base de datos, las limitaciones de confidencialidad y los hallazgos porcentuales encontrados. Por último, se plantean las conclusiones del trabajo realizado, comprobando



si la relación indirecta esperada entre los aranceles y la rentabilidad sobre ventas de la compañía coincide con el impacto encontrado en la data y en qué cuantía.



## 2. Marco Teórico

### 2.1 Libre cambio

Abordando las teorías tradicionales del libre cambio, escuela económica que surge a finales del siglo XVIII en contraposición a las ideas mercantilistas, sobresalen autores como Adam Smith, David Ricardo, Hecksher y Ohlin, John Stuart Mill, Friedrich Hayek, y Paul Krugman, entre otros, que con sus distintos razonamientos no solo dan los fundamentos de esta renombrada corriente, sino también complementan y ahondan en aspectos que indudablemente evolucionan de acuerdo al contexto económico, político y social de cada época.

Inicialmente, Adam Smith enfatizaba que por medio de un comercio “absolutamente libre” un país maximizaría su bienestar ya que la ausencia de barreras hace efectiva la operación de la mano invisible, generando así condiciones propicias para maximizar la riqueza de la nación. Igualmente, afirmaba que el gobierno sería el encargado de garantizar la óptima operación del mercado sin restricciones con la política de *laissez faire* (Gómez, 2003, p.104). De este modo, cada país debía especializarse en la producción y exportación de bienes en los que poseía una ventaja absoluta, e importaría aquellos que produjera de manera menos eficiente; este intercambio conduciría a un aumento de la producción mundial, compartido por los participantes del comercio internacional (González, 2011, p.104).

Smith sostenía igualmente, que el comercio internacional era un juego de suma positiva y por lo tanto traería beneficios mutuos para los países involucrados en los cuales prevalecían los intereses generales de la nación, que representaban los de la sociedad (Gómez, 2003, p.106). A su vez, la división internacional del trabajo generaría una ampliación de la extensión del mercado mundial, elevando la productividad de los recursos implementados, activando los recursos ociosos y adoptando un capital especializado (Gómez, 2003, p.104).

Por su parte, David Ricardo destacó la existencia de distintos costes relativos entre países (coste de un bien en términos de otro bien) que le permitían a los países comercializadores consumir un mayor



número de bienes con la misma cantidad de trabajo, al especializarse cada uno en aquel bien que tuviera ventaja comparativa o un menor coste de oportunidad. Por tanto, el comercio internacional permite a los países implicados consumir por encima de su posibilidad o frontera de producción (González, 2011, 107). Sin embargo, este modelo “implica que el comercio entre países será mayor cuanto mayores sean las diferencias (en tecnología o en las dotaciones de factores) entre ellos, y explicaría un comercio de tipo interindustrial, esto es, los países exportarían e importarían productos pertenecientes a industrias diferentes” (González, 2011, p.110).

Jhon Stuart Mill argumentaba a favor del libre comercio, que facilitaba a los países hacerse de bienes que por sus propios métodos no podían producir, que empleaba de manera más eficaz las fuerzas productivas mundiales y que perfeccionaba los procedimientos de producción. Para este autor clásico, “los aranceles perjudican tanto al país que los impone como a sus socios comerciales, dado que esto puede llevar a represalias, acarreando mayores pérdidas” (Pereyra, 2015, p.70).

Mencionando algunas particularidades presentadas en las últimas décadas como la vertiginosa influencia y expansión de la globalización, el cambio de los términos de intercambio de los *commodities*, la preponderancia del comercio intraindustrial<sup>3</sup> y la versatilidad de las preferencias de los consumidores por bienes con características específicas; se hace innegable la temporalidad y falta de alcance de los modelos que estos autores clásicos propusieron siglos atrás. Por consiguiente, según Paul Krugman (1979) es necesario tener presente factores determinantes como: la existencia de multinacionales con sus grandes cuotas de mercado (González, 2011, p.110); la demanda de diferenciación por parte de los consumidores, tal como lo expresa Linder (1961), ya sea de diferenciación vertical cuando las variedades se deben a calidades o niveles de servicio, o de diferenciación horizontal cuando las variedades se caracterizan por distintos atributos (marca, diseño, modelo...); las economías de escala internas<sup>4</sup>; el aprovechamiento de las externalidades, la innovación y las diferencias tecnológicas no sólo entre países de similar desarrollo productivo sino también entre empresas del mismo sector (González, 2011, p.111).

Con base en estos relevantes y dinámicos factores, que implican competencia imperfecta y el supuesto de una empresa representativa por sector, han surgido modelos de competencia monopolística y de mercados oligopolísticos que, en el ámbito del comercio internacional, benefician tanto a los productores como a los consumidores ya que le permite a las empresas fabricar una mayor cantidad de

---

<sup>3</sup> Comercio intraindustrial: «dos bienes comercializados son sustitutos en su consumo, en su producción o en ambos» (GRUBEL, 1970, página 353).

<sup>4</sup> Existen si al aumentar los gastos en factores se incrementa la cantidad producida en un porcentaje mayor. Por consiguiente, el coste medio de producir cada unidad de producto disminuye cuando la producción aumenta.

unidades vendidas en diversos mercados, y a los compradores pagar un precio más bajo debido a la gran competitividad en el mercado. Cabe aclarar, que la productividad de las empresas determinará la probabilidad de crecimiento o fracaso de las mismas, y que en definitiva habrá una ganancia de bienestar en la industria dado que los recursos se desplazarán hacia aquellas empresas más eficientes (González, 2011, p.114).

## 2.2 Proteccionismo

Desde otra perspectiva, se encuentra la escuela económica proteccionista, que surge en contraposición al libre comercio, representada principalmente por Friederich List y Alexander Hamilton, quienes le otorgan un papel importante al Estado e con el argumento de proteger la industria naciente y quienes defienden los intereses especiales de los individuos que no necesariamente coinciden con los de la nación como proponían los librecambistas (Gómez, 2003, p.107).

Según List, la actividad económica no puede reducirse al libre comportamiento competitivo egoísta del mercado; para él existen dos conceptos esenciales y dinámicos a través del tiempo: fuerzas productivas y etapas económicas. Iniciando el proceso de desarrollo económico, las naciones deberían establecer una protección arancelaria temporal con el fin de activar las fuerzas productivas y fortalecer la industria nacional (Gómez, 2003, p.109). De lo contrario, “se derivaría la esclavitud de las naciones menos adelantadas bajo la supremacía de la potencia manufacturera, comercial y mercantil que ahora aparece como dominante”. (List, 1841, p.213)

Por otro lado, en la segunda mitad del siglo XX surgen nuevas teorías guiadas por la corriente estructuralista de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en América Latina lideradas por Raúl Prebisch, Felipe Herrera y Fernando Henrique Cardoso, entre otros, que critica los beneficios del libre comercio ya que “los menores precios no implican ganancias de eficiencia sino una reducción del ingreso nacional” (Bianco, 2012, cap.2) y se orienta a un enfoque sistémico, multidimensional y redistributivo socialmente. En términos generales, la Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI) desarrollada por países latinoamericanos fue un proceso enfocado en el crecimiento del mercado interno, la facilitación en la adquisición de bienes de capital, el fomento de la demanda agregada y la expansión del gasto público (Pereyra, 2015, p.76).

De acuerdo a los proteccionistas, los países deben estar en posición de participar en una genuina competencia internacional en la misma etapa de desarrollo industrial. La falla de los clásicos es que ignoraron la posibilidad de la manipulación comercial a través de la influencia política; basándose en el

supuesto de que el comercio tiene lugar entre países de igual fortaleza económica y por lo tanto, igual poder de negociación (Gomes, 1987, p.268).

### 2.3 Aranceles

Los aranceles, definidos según Krugman (2012) como "un impuesto aplicado cuando se importa un bien", y en los dos tipos más conocidos, los aranceles fijos entendidos como "una cantidad fija exigida por cada unidad de bien importado" y los aranceles ad valorem explicados como "impuestos exigidos como porcentaje del valor de los bienes importados" (p.195). Las barreras arancelarias son empleadas por el Estado como fuente de ingresos con el fin de proteger ciertos sectores de la industria nacional frente a los productos extranjeros, pero realmente tiene dos acepciones: una nominal y otra efectiva. La primera protección hace referencia al incremento en el precio del producto importado y la segunda a la protección real que el arancel tiene sobre el valor agregado nacional (Pereyra, 2015, p.78).

Ahora, se llevará a cabo el análisis del efecto de un arancel en el bienestar de un país chico, en el cual hay una oferta y demanda que establecen un precio de equilibrio inicial; donde la cantidad demandada supera la oferta, incentivando así la llegada de productos extranjeros al país con el fin de suplir la demanda de los consumidores nacionales. El Estado decide imponerle un arancel a las importaciones de determinado sector industrial y por consiguiente se eleva el precio general. A este nuevo precio, los productores nacionales estarán motivados a aumentar la cantidad ofertada, pero por otro lado habrá una menor cantidad demandada de bienes importados por parte de los consumidores. Aún así, la cantidad demandada continúa superando a la ofertada pero en una menor cuantía; la totalidad de producción nacional aumentó mientras que la de importaciones se redujo (Pereyra, 2015, p.77-79).

Este impuesto a las importaciones ocasiona una disminución en el bienestar general dado que el excedente del productor<sup>5</sup> es positivo porque al nuevo precio la cantidad ofertada aumentará por parte de los productores locales, no obstante el excedente del consumidor<sup>6</sup> es negativo ya que los consumidores demandarán menos unidades. El área comprendida por el excedente del consumidor abarca el importe recaudado por el Estado en términos de gravámenes, que indistintamente es positivo, la distorsión de la producción, la distorsión del consumo y el excedente del productor. Realizando la operación final para obtener el bienestar general, el efecto neto es una pérdida de eficiencia representada por las dos distorsiones del mercado (Pereyra, 2015, p.80).

---

<sup>5</sup>Excedente del productor: el excedente de un productor individual es la diferencia entre el precio al que ofrece un bien y el precio más bajo al que estaría dispuesto a ofrecerlo (coste del bien). La suma de los excedentes de todos los productores individuales determinaría el excedente del productor en el mercado. (PALMA, 2010, P 84, 85).

<sup>6</sup>Excedente del consumidor: diferencia entre el precio máximo que el consumidor estaría dispuesto a pagar por la cantidad demandada del bien y el precio que realmente paga en el mercado. (PALMA, 2010, P 84).

## 2.4 Reseña de la compañía

Trade Alliance Corporation, es un holding de empresas que comercializan bajo el modelo de franquicia, grandes marcas internacionales del mundo de la moda en países latinoamericanos como Panamá, Colombia, Perú, Ecuador y Paraguay.<sup>7</sup> Texmoda S.A.S, Texart S.A.S, Iberomoda S.A.S, Tendenza Nova S.A.S, Andimoda S.A.S, Moda Home S.A.S, y Tematextil S.A.S, son siete de las ocho marcas del grupo español INDITEX, Industria de Diseño Textil S.A, que funcionan bajo el modelo de empresas franquiciadoras en Colombia, con más de 40 tiendas en cinco de las principales ciudades del país.

Fundada en 1963, esta organización española líder en el *retail* de moda, cuenta con una reconocida trayectoria internacional, presente en 91 países de los cinco continentes con más de 7.000 tiendas<sup>8</sup>, y poniendo en el mercado más de mil millones de prendas al año. Asimismo, Inditex cubre un amplio segmento del mercado al comercializar productos de confección, calzado y hogar, para señora, caballero y niño con campañas de verano e invierno. Adicionalmente, la compañía se basa en el concepto del «pronto moda», caracterizándose por abarcar todos los procesos de la moda, desde el diseño, la fabricación, la distribución y por supuesto la venta<sup>9</sup>; ello, por estar comprometida con los clientes al brindarles productos de excelente calidad que reflejen las últimas tendencias del mercado y porque abanderada una gestión sostenible denominada *Right to Wear*<sup>10</sup>.

Texmoda S.A.S, conocida comercialmente como Zara, fue la marca con la que inició el grupo Inditex en el año 1975 con la apertura de su primera tienda en A Coruña, España. Dado el éxito que tuvo en esta época, se crearon fábricas con centros de distribución diseñados para suplir las necesidades del mercado que crecía vertiginosamente. En 1988, abre su primera tienda fuera del país en Oporto, Portugal, y así comienza su progresiva expansión internacional en las ciudades más emblemáticas del mundo<sup>11</sup>. Al 2015, Zara contaba con 2.162 tiendas y registraba 13.628 millones de euros en ventas netas<sup>12</sup>, consolidándose como la marca líder del grupo Inditex representando el 30.8% de sus tiendas y el 65.2% de las ventas.

---

<sup>7</sup> [Sitio web Trade Alliance Corporation; descripción], *sin fecha*, <http://www.tradealliancecorporation.com/quienes-somos>

<sup>8</sup> [Sitio web Inditex; Inditex de un vistazo], *sin fecha*, [https://www.inditex.com/es/our\\_group/at\\_glance#panel\\_5](https://www.inditex.com/es/our_group/at_glance#panel_5)

<sup>9</sup> [Sitio web Inditex; producto], *sin fecha*, <https://www.inditex.com/es/sustainability/product>

<sup>10</sup> [Sitio web Inditex; una gestión sostenible], *sin fecha*, [https://www.inditex.com/es/sustainability/managing\\_sustainability](https://www.inditex.com/es/sustainability/managing_sustainability)

<sup>11</sup> [Sitio web Inditex; nuestra historia], *sin fecha*, [http://www.inditex.com/es/our\\_group/our\\_history](http://www.inditex.com/es/our_group/our_history)

<sup>12</sup> Memoria Anual Inditex 2015. P, 15.



## 3. Desarrollo

### 3.1 Metodología

En este estudio se efectuó un análisis cuantitativo y cualitativo de dos escenarios, en ausencia y en presencia de barreras arancelarias con el propósito de evidenciar la relación existente entre estas y la rentabilidad sobre ventas de una empresa privada del sector textil en Colombia. Esta rentabilidad también es conocida como margen de beneficios, el cual es calculado por una ratio entre el beneficio neto<sup>13</sup> y las ventas, expresando la cantidad de pesos colombianos de beneficio obtenido por cada peso colombiano de venta (Eslava, 2003, p.106).

La principal fuente de información utilizada fue una base de datos de las importaciones realizadas por Texmoda S.A.S durante el primer semestre de 2016, de enero a junio. Dicha base de datos contiene variables cuantitativas continuas de los productos importados comercializables en pesos colombianos tales como el valor CIF (*Cost, Insurance and Freight*); el valor total arancelario; el valor del arancel ad valorem y/o específico; las cantidades importadas; el costo total incluyendo además del CIF, los costos de nacionalización (arancel, agenciamiento, transporte, bodegaje y seguro local); y, el precio de venta sin IVA (Impuesto a las Ventas). Asimismo, comprende variables cualitativas nominales que caracterizan los artículos importados con base en el tipo de producto, ya sea confección o calzado, y en si poseen algún tipo de acuerdo comercial o no.

El efecto de las barreras arancelarias en el sector textil se evidenció por medio de la participación que estas representan en el costo total de la rentabilidad sobre ventas de la empresa. Es decir, la rentabilidad empleada hace alusión a la relación existente entre el margen de rentabilidad, la diferencia del precio de venta sin IVA y el costo total, entre el precio de venta sin IVA. Este último se obtiene a partir de un margen de rentabilidad determinado por la compañía. Por otro lado, esta rentabilidad no considera el cambio de precio de venta al público, los gastos operacionales ni los no operacionales, y tampoco

---

<sup>13</sup>Beneficio neto: Exceso de ingresos sobre costos y gastos efectuados en un período determinado de tiempo. En este caso, será el precio de venta sin IVA. (CUARTAS, V y ESCOBAR, H, 2006, P 58).

depende de la cuantía mensual vendida. Cabe resaltar que debido a políticas de confidencialidad de la empresa no es posible presentar los resultados del estudio de manera explícita ni específica, únicamente es permitido indicar los efectos diferenciales en términos porcentuales.

Finalmente, la comparación realizada con Panamá, Perú, Ecuador y Paraguay, se llevó a cabo con un único elemento diferenciador, un promedio de las barreras arancelarias en el sector textil de cada uno de estos países de América Latina; *ceteris paribus*. El efecto se midió en la rentabilidad sobre ventas con y sin barreras arancelarias en cada uno de los países mencionados, promediando los mismos a lo largo de los períodos de tiempo con el fin de constatar las diferencias de manera individual.

## 3.2 Resultados

### 3.2.1 Colombia

Bajo condiciones de normalidad operacional en la compañía, se llevaron a cabo los siguientes estándares: con base en el CIF COP, se establece el precio de venta sin IVA utilizando el margen de rentabilidad establecido por Texmoda S.A.S mensualmente, el cual constituye la ganancia que se obtiene de la diferencia entre el precio de venta sin IVA y el costo total (1). Por consiguiente, el costo total consiste en la sumatoria del CIF COP, del arancel y de un promedio de los otros gastos de nacionalización mensuales, incluyendo agenciamiento, transporte, bodegaje y seguro local (2). Con estas cifras, se encuentra la rentabilidad sobre ventas. A continuación el procedimiento algebraico del primer escenario bajo condiciones normales:

$$(1) \text{ Costo total} + \text{Margen de rentabilidad} = \text{Precio de venta sin IVA}$$

$$(2) \text{ CIF COP} + \text{Arancel} + \text{Promedio otros gastos de nacionalización} = \text{Costo total}$$

$$(3) (\text{Precio de venta sin IVA} - \text{Costo total}) / \text{Precio de venta sin IVA} = \text{Rentabilidad sobre ventas}$$

Ahora, con el fin de medir el impacto que tienen las barreras arancelarias en la rentabilidad sobre ventas de una compañía, se constituye un segundo escenario en el cual, al igual que en el primer escenario, todos los parámetros están discriminados por tipo de producto, confección y calzado, pero en esta oportunidad se omite el monto arancelario en el costo total (3). A continuación el procedimiento algebraico del segundo escenario excluyendo las barreras arancelarias:

$$(4) \text{ Costo total sin aranceles} + \text{Margen de rentabilidad} = \text{Precio de venta sin IVA}$$

$$(5) \text{ CIF COP} + \text{Promedio otros gastos de nacionalización} = \text{Costo total sin aranceles}$$

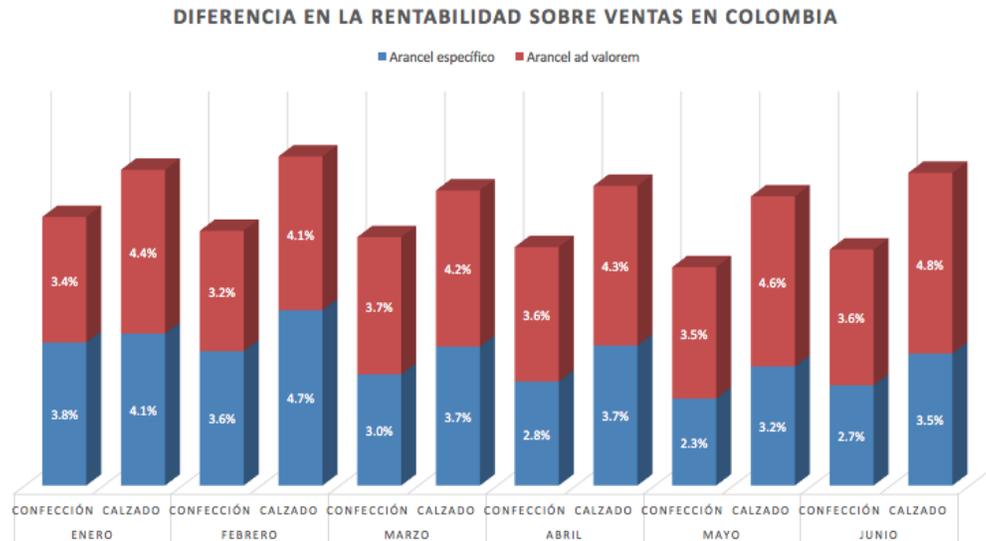
$$(6) (\text{Precio de venta sin IVA} - (\text{Costo total sin aranceles})) / \text{Precio de venta sin IVA} \\ = \text{Rentabilidad sobre ventas}$$



Para finalizar, se restan las rentabilidades sobre ventas de los dos escenarios planteados previamente, (3) – (6). Es preciso mencionar que no existe una discriminación por familias entre los tipos de producto, a pesar de que entre estas existen distintas tasas arancelarias; con el fin de establecer una media entre los tipos de producto se realizó un promedio simple entre todos los ítems importados mensualmente en cada uno de ellos.

El impacto de las barreras arancelarias en Texmoda S.A.S durante el primer semestre del año 2016 en la rentabilidad sobre ventas en presencia y ausencia de las medidas proteccionistas mencionadas, arancel específico y ad valorem, es negativo; se evidenció una diferencia media de 6.53% en confección y de 8.21% en calzado. Esto dado por las medidas proteccionistas restrictivas que rigen actualmente el calzado en Colombia, demostrado por la relación indirecta encontrada entre la cantidad de unidades importadas con acuerdo comercial y la mayor brecha en la diferencia de la rentabilidad sobre ventas. Asimismo, la superioridad de brechas evidenciadas entre confección y calzado se explican por la mayor cantidad de productos importados con acuerdo comercial en confección a lo largo de todos los meses.

En cuanto a la participación promedio de los aranceles, en confección el arancel específico representa un 3.03% y el arancel ad valorem un 3.82%, y en calzado el arancel específico representa un 3.50% y el arancel ad valorem un 4.39%. Debido a que el arancel ad valorem es calculado a través de un porcentaje fijo del valor CIF (COP) de la importación por cada tipo de producto dependiendo de la familia a la que pertenezca (cazadora, jersey, bomber, o leggings, tejanos, joggers), tiende a ser mayor ya que la proporción del impuesto no fluctúa a pesar de los cambios del total de la importación afectados, por ejemplo, por la tasa de cambio. Además, los productos con acuerdo comercial generalmente están exentos de pagar arancel específico, solo tributan el arancel ad valorem aunque en una menor cantidad que los productos que no tienen acuerdo comercial; lo cual demuestra que las unidades importadas con acuerdo comercial tienen un efecto indirecto en el valor del arancel específico, *ceteris paribus* (ver Anexo A).



Fuente: elaboración propia

### 3.2.2 América Latina

Para establecer la semejanza entre Colombia y los demás países de Latinoamérica, se distinguieron los montos de aranceles por país, mes y tipo de producto. Esto, se lleva a cabo con un promedio mensual de la participación de los aranceles de cada uno de los países respecto al CIF COP inicial, el de Colombia. Con el valor que este porcentaje representa, se halla la participación arancelaria dentro del precio de venta sin IVA, la cual refleja la diferencia en las rentabilidades sobre ventas, en presencia y ausencia de aranceles; *ceteris paribus*.

Al comparar las barreras arancelarias de Colombia contra las de los otros países donde Trade Alliance Corporation está presente, se encontró que la diferencia entre en la rentabilidad sobre ventas en presencia y ausencia de aranceles es mayor en Ecuador y Paraguay, pero menor en Panamá y Perú. Este resultado es explicado por las distintas condiciones proteccionistas que existen en el sector textil en Latinoamérica.

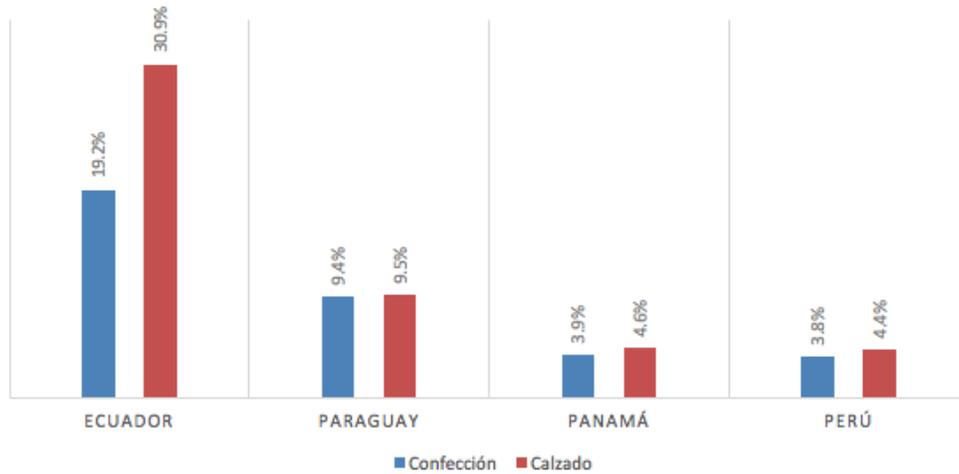
En Colombia, el arancel específico oscila entre 0 USD y 5 USD por kilogramo importado y el arancel ad valorem es el 10% indiscriminadamente entre los tipos de productos del sector textil. Por otra parte, tanto Perú como Panamá cuentan con un único tributo, el arancel ad valorem que oscila entre el 2.9%-11%, y 1%-15%, respectivamente; Paraguay cuenta con los aranceles específico y ad valorem, este último incluye impuestos como la tasa de valoración, la tasa por servicios de cargas aéreas y los derechos consulares; y, Ecuador posee fuertes medidas proteccionistas reflejadas en varias tarifas arancelarias que buscan evitar el dumping como el arancel ad valorem (10%, 20% ó 30%), el arancel



específico de 5.5 USD para confección o 6 USD para calzado por kilogramo importado, el impuesto adicional a las importaciones destinado a formar parte de los recursos del Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA) del 0.5% del CIF y la sobretasa del 25% o 40% del CIF.

Las variaciones expuestas en la siguiente gráfica representan el promedio de la diferencia, durante el primer semestre de 2016, existente entre el escenario con barreras arancelarias y sin barreras arancelarias en cada uno de los países. Por consiguiente, Ecuador es el país que tiene medidas restrictivas a las importaciones del sector textil más fuertes, y Perú sería el escenario más favorable.

### DIFERENCIA EN LA RENTABILIDAD SOBRE VENTAS EN PAÍSES DE AMÉRICA LATINA



Fuente: elaboración propia



## 4. Conclusiones y Recomendaciones

Además de comprobar la relación indirecta existente entre las barreras proteccionistas y la rentabilidad sobre ventas de una compañía del sector textil en Colombia, Temoxda S.A.S, se midió el impacto diferenciador en presencia y en ausencia de aranceles durante el primer semestre del año 2016, calculado en promedio en un 7.37%. Incluso, se evidenció una participación del arancel ad valorem (3.95%) superior a la del arancel específico (3.43%) explicada por la correlación entre la cantidad de unidades con acuerdo comercial importadas y el importe de los distintos tipos de aranceles dadas sus propiedades.

Comparando al país con algunos de sus análogos latinoamericanos, el panorama vislumbra destellos positivos ya que se estandariza en la media de sus semejantes, encontrando tanto países fuertemente restrictivos a los productos extranjeros como Ecuador y Paraguay como países un poco más flexibles a las políticas comerciales, con una leve inclinación al libre cambio, como Panamá y Perú. Aunque las perspectivas no son negativas para Colombia, es adecuado proponer modelos que no sólo tengan presente el excedente del consumidor y el recaudo estatal proporcionado por los aranceles, sino también el de las empresas, generadoras de empleo, de consumo y de aumento de la demanda agregada.

Si bien es cierto, tomar medidas proteccionistas para un país en vía de desarrollo como Colombia es favorable dado el interés de preservar la competitividad de la industria nacional, también es conveniente que los dirigentes de Estado tomen decisiones mesuradas que incentiven la Inversión Extranjera Directa (IED) en el país, factor impulsor del crecimiento económico ya que las barreras de entrada, específicamente las barreras arancelarias, son un elemento determinante para que las empresas entren a un nuevo mercado. De igual modo, serían apropiados dictámenes que efectivamente impulsen la industria nacional ocasionando preferencias de los consumidores hacia los productos internos por su relación precio-calidad a pesar de la diferenciación que exista en el comercio intraindustrial.



## 5. Bibliografía

BIANCO, C (2012). Las teorías del intercambio desigual, en LUGONES, G. “Teorías del comercio internacional” Universidad Nacional de Quilmes – Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini, Buenos Aires, cap. 2.

CUARTAS, Vicente y ESCOBAR, Heriberto. (2006) Diccionario económico financiero.

ESLAVA, José de Jaime. (2003). Análisis económico-financiero de las decisiones de gestión empresarial.

GOMES, L. (1987) Foreign Trade and the National Economy, Mercantilist and Classical Perspectives. St. Martin Press, New York.

GÓMEZ, C. (2003). De Adam Smith a List, ¿del libre cambio al proteccionismo? REDALYC – Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. Septiembre-Diciembre, VIII, número 024, 103-113.

GONZALES, R. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. Revista Información Comercial Española, tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica. Enero-Febrero, número 858, 103-117.

GRUBEL, H. (1970) Reforma Monetaria Internacional. Editorial Labor, Barcelona.

LINDER, S. B. (1961) An Essay on Trade and Transformation, Almqvist & Wiksell, Uppsala.

LIST, F. (1841) Sistema Nacional de Economía Política, primera edición en alemán FCE, México, 1997.

KRUGMAN, P. (1979) Increasing Returns, Monopolistic Competition, and International Trade, Journal of International Economics, volumen 9, páginas 469-479.

KRUGMAN, P, OBSTFELD, M, MELITZ, M. (2012) Economía Internacional, 9ª edición, página 195.



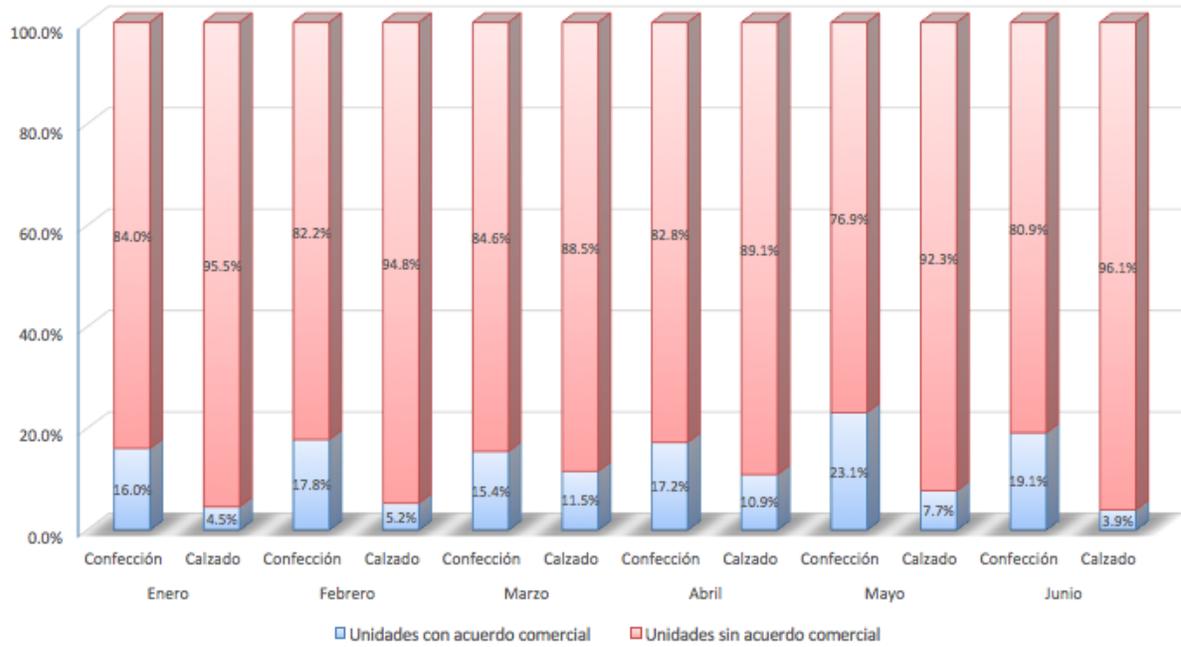
PALMA, L. (2010) Diccionario de teoría económica. Volumen 3.

PEREYRA, D. (2015) Librecomercio vs Proteccionismo: un debate desde la teoría del comercio internacional. Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales. Año 4, número 7, 65-88.



## Anexo A

### Gráfica de la participación de las unidades importadas con y sin acuerdo comercial por Texmoda S.A.S – 2016



Fuente: elaboración propia