



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ANÁLISIS DEL RÉGIMEN EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA LA
REIMPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO PARA LA PROMOCIÓN DE
ARTESANÍAS EN FERIAS INTERNACIONALES

CAÑARTE MENDOZA MARIA LISBETH
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ANÁLISIS DEL RÉGIMEN EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA LA
REIMPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO PARA LA
PROMOCIÓN DE ARTESANÍAS EN FERIAS INTERNACIONALES

CAÑARTE MENDOZA MARIA LISBETH
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DEL RÉGIMEN EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA LA
REIMPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO PARA LA PROMOCIÓN DE
ARTESANÍAS EN FERIAS INTERNACIONALES

CAÑARTE MENDOZA MARIA LISBETH
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

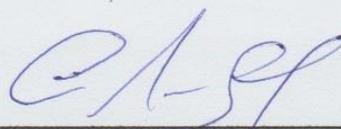
ARIAS MONTERO JORGE EDUARDO

MACHALA, 13 DE JULIO DE 2018

MACHALA
13 de julio de 2018

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Análisis del régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo estado para la promoción de artesanías en ferias internacionales, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



ARIAS MONTERO JORGE EDUARDO

0702714122

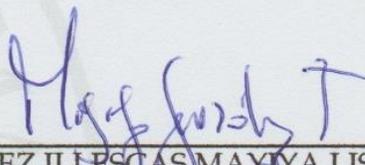
TUTOR - ESPECIALISTA 1



ESPINOSA GALARZA MIGUEL ORLANDO

0703473900

ESPECIALISTA 2



GONZÁLEZ ILLESCAS MAYYA LISBETH

0702802919

ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: jueves 12 de julio de 2018 - 09:35

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CANARTE MENDOZA MARIA LISBETH_PT-010518.pdf (D40245780)
Submitted: 6/18/2018 5:09:00 PM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 1 %

Sources included in the report:

Comercio Exterior revisado 18-18 (1).docx (D15072604)
regimenes aduaneros paper.pdf (D28961655)

Instances where selected sources appear:

2

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, CAÑARTE MENDOZA MARIA LISBETH, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Análisis del régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo estado para la promoción de artesanías en ferias internacionales, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

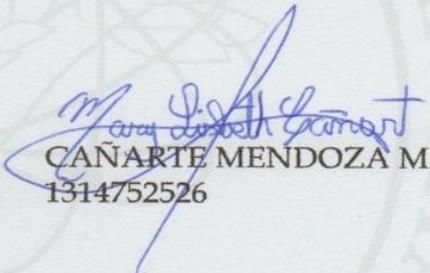
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 13 de julio de 2018



CAÑARTE MENDOZA MARIA LISBETH
1314752526

RESUMEN

Partiendo de la importancia de las exportaciones en el desarrollo de los países, al ser consideradas el motor de la economía por la generación de empleo y el ingreso de divisas, este trabajo presenta, la descripción del proceso de aplicación operativa del régimen aduanero exportación de temporal para la reimportación en el mismo estado, utilizado en la promoción internacional, como ventana al mercado exterior de uno de los sectores más representativos del Ecuador como es el sector artesanal.

El sector artesanal representa para el Ecuador un aporte especial a la generación de empleo rural, además de una contribución positiva al PIB nacional, a pesar de la importancia atribuida de este sector como factor clave en el desarrollo socioeconómico local, las exportaciones de artesanías ecuatorianas a nivel internacional cuentan con una participación muy baja, estableciendo como una de las causas la falta de promoción.

Las ferias internacionales son uno de los principales mecanismos de promoción, mediante la participación en las mismas, empresas como Conductagua, Billagi Hats y Etnia Tricolana, se abrieron mercado con Estados Unidos, a través de la cooperación conjunta con Pro Ecuador, como la entidad de apoyo a la promoción de las exportaciones ecuatorianas.

En ese sentido, en este trabajo utiliza el marco legal de la normativa aduanera ecuatoriana, para la descripción del proceso de aplicación del régimen exportación de temporal para la reimportación en el mismo estado considerando aspectos como: mercancías admisibles, requisitos, plazo y modos de culminación del régimen, para incentivar la comercialización internacional del sector.

Palabras claves: artesanías, promoción de exportaciones, ferias internacionales, régimen aduanero, comercio exterior.

ABSTRACT

Based on the importance of exports in the development of the countries, since they are considered the engine of the economy, by the generation of employment and the income of foreign currency, this work presents, the description of the process of operational application of the export customs regime of temporary for reimportation in the same state, used in the international promotion, as a window to the foreign market of one of the most representative sectors of Ecuador such as the artisan sector.

The artisanal sector represents for Ecuador a special contribution to the generation of rural employment, in addition to a positive contribution to the national GDP, despite the importance attributed to this sector as a key factor in the local socioeconomic development, exports of Ecuadorian handicrafts International have a very low participation, establishing as one of the causes the lack of promotion.

International fairs are one of the main promotion mechanisms, through participation in them, companies such as Conductagua, Billagi Hats and Etnia Tricolana, market with the United States was opened, through joint cooperation with Pro Ecuador, as the entity of support to the promotion of Ecuadorian exports.

In this sense, in this work uses the legal framework of the Ecuadorian customs regulations, for the description of the application process of the temporary export regime for reimportation in the same state considering aspects such as: admissible goods, requirements, term and modes of completion of the regime, to encourage the international commercialization of the sector.

Keywords: handicrafts, export promotion, international fairs, customs regime, foreign trade.

CONTENIDO

	Págs.
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
CONTENIDO	3
ÍNDICE DE GRÁFICOS	4
ÍNDICE DE TABLAS	4
INTRODUCCIÓN	5
1. DESARROLLO	7
1.1 RÉGIMEN ADUANERO	7
1.1.1 Exportación temporal para la reimportación en el mismo estado	7
1.2 ARTESANÍAS	9
1.2.1 Sector Artesanal Ecuatoriano	9
1.3 PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES	12
1.3.1 Ferias Internacionales	14
1.4 COMERCIO EXTERIOR DE ARTESANÍAS	16
1.4.1 Exportaciones Ecuatorianas de Artesanías	17
1.5 CASO PRÁCTICO	20
1.5.1 Proceso de ingreso al régimen	21
1.5.2 Culminación del régimen	23
2. CONCLUSIONES	25
BIBLIOGRAFÍA	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Condiciones para acogerse al régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo estado.....	4
Gráfico 2 Clasificación de las artesanías ecuatorianas de acuerdo a los materiales utilizados.....	6
Gráfico 3 Sectores productivos artesanales.....	7
Gráfico 4 Distribución de las importaciones mundial de artesanías por regiones.....	12
Gráfico 5 Distribución de las exportaciones mundiales de artesanías por regiones....	13
Gráfico 6 Exportaciones ecuatorianas de artesanías por países.....	14
Gráfico 7 Flujograma del proceso de ingreso y culminación del régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo estado.....	17
Gráfico 8 Ingreso de solicitud de ingreso al régimen.....	18
Gráfico 9 Proceso de transmisión de DAE 50.....	19

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Principales empresas exportadoras de artesanías ecuatorianas.....	15
---	----

INTRODUCCIÓN

El desarrollo integral de toda nación, hoy en día se ve altamente influenciado por el buen ejercicio de las relaciones internacionales, debido a su primordial incidencia en los procesos políticos, económicos y culturales de cada país, pues no existe ninguno que se pueda considerar autosuficiente y no dependa de los recursos con los que pueda contar otro Estado. Los entes internacionales en materia comercial, crean políticas y acuerdos como el Convenio de Kyoto para la Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros establecido por Organización Mundial de Aduanas (OMA) a manera de instrumento de facilitación al comercio internacional.

En este entorno global, tanto las compañías como emprendedores independientes, buscan expandir sus fronteras locales al ámbito internacional, a sabiendas que uno de los primeros pasos para lograr penetrar en el mercado exterior es la promoción y difusión del producto. Las ferias internacionales brindan la oportunidad a los empresarios de mostrar al mundo sus bienes o servicios, siendo imperativo conocer el proceso previo al traslado de las muestras para su exhibición en otro Estado.

La comercialización internacional engloba una serie de procesos y regulaciones a través de las cuales tienen que pasar los bienes a fin de lograr ese cruce de fronteras necesarias para llegar a los mercados internacionales (Zamora & Navarro, 2014). El régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo estado, tal como lo establece el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI) permite la realización de una serie de operaciones en las que se incluye la exportación temporal de mercancías como maquinarias para la realización de una obra, o la salida de mercancías para su promoción en el exterior incentivando la comercialización internacional.

El presente trabajo analizará la aplicación del régimen aduanero exportación temporal para la reimportación en el mismo estado en el proceso de envío de

muestras de artesanías ecuatorianas para su promoción en ferias internacionales en el mercado de Estados Unidos.

El objetivo de este trabajo es analizar el procedimiento para la aplicación del régimen aduanero exportación temporal para la reimportación en el mismo estado para la promoción de artesanías en ferias internacionales en Estados Unidos.

La importancia investigativa de este análisis radica, en que permite evidenciar los conocimientos adquiridos en la institución para la resolución de problemáticas cotidianas en el contexto del comercio internacional. Desde otro punto de vista como contribución a los empresarios, proporciona un procedimiento aduanero de gran utilidad para la promoción y difusión de sus productos en cualquier mercado internacional que tengan en mira, cumpliendo con las formalidades aduaneras previstas.

En el desarrollo del caso propuesto se utilizará una investigación de tipo descriptiva, a través de la consulta en revistas indexadas especializadas que permitan brindar fundamento teórico y un mejor abordaje a la temática a tratar. El Libro V del COPCI y su Reglamento constituye el sustento legal para guiar la correcta aplicación al régimen exportación temporal para reimportación en el mismo estado.

1. DESARROLLO

1.1 RÉGIMEN ADUANERO

En el contexto del comercio exterior, una mercancía de importación o exportación, para que pueda transitar libremente debe acogerse a un conjunto de normativas aplicables, entre estos, los regímenes aduaneros. Un régimen aduanero es el trato aplicable que se otorga a las mercancías, a solicitud del declarante, de acuerdo con la legislación aduanera vigente.

Existen varios tipos de regímenes aduanero entre estos tenemos los definitivos, los temporales, los suspensivos, los de perfeccionamiento y los de excepción, los cuales permiten a los operadores de comercio exterior (OCE) acogerse a las diferentes modalidades de acuerdo al destino que otorgue a la mercancía.

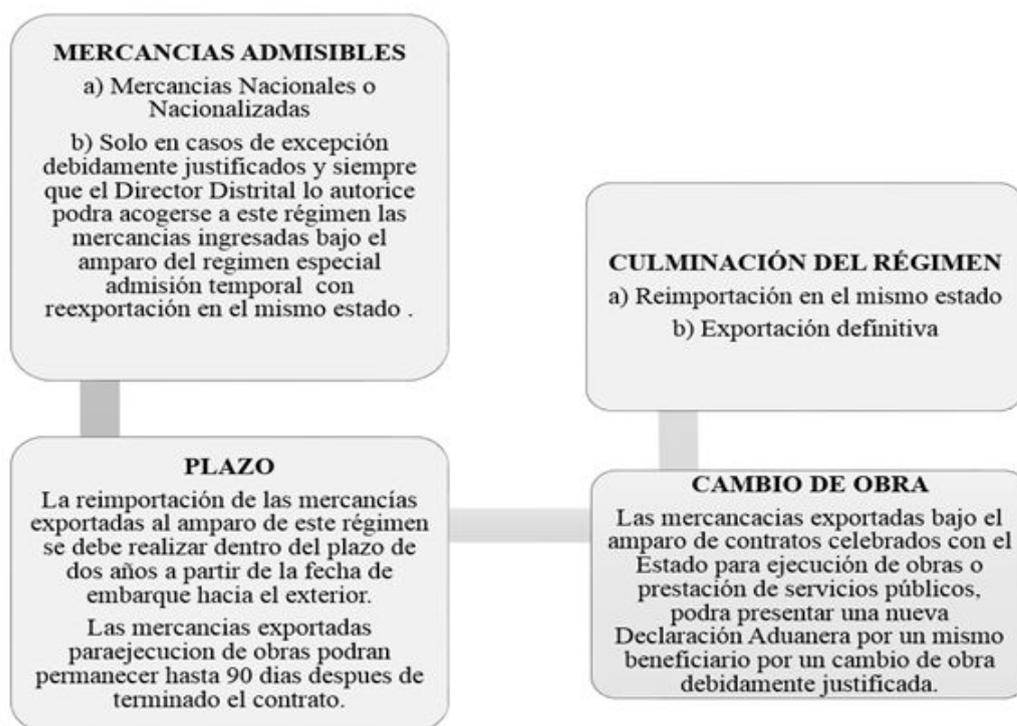
Los regímenes aduaneros son un apoyo a la exportación porque permite a las empresas ser más competitivas y acogerse a las modalidades más convenientes que favorecen a la mejora en precio y calidad (Coll, 2013). En este sentido, brinda facilidades al comercio exterior haciendo posible la salida de mercancías del país con fines promocionales mediante la exportación temporal.

1.1.1 Exportación temporal para la reimportación en el mismo estado

La exportación temporal es la salida de mercancías de un país a otro, con el objetivo de cumplir en el exterior una actividad específica de presentación, exposición entre otros, a manera de promoción para dar a conocer las propiedades de un bien determinado.

De acuerdo a lo que indica el COPCI (2017), en su artículo 155, la exportación temporal para la reimportación en el mismo estado, “es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por el uso que de ellas se haga”(COPCI, 2017, Art. 155).

Gráfico 1. Condiciones para acogerse al régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo estado



Fuente: Reglamento al Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión (2017)

Para acogerse al régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo estado se establecen dos condiciones, la primera es que las mercancías deben nacionales o nacionalizadas; entendiéndose por mercancía nacional a los “productos fabricados en el país de origen” (Muñoz & Velandia, 2014, pág. 100). Las mercancías nacionalizadas son las mercancías de procedencia extranjera que han cumplido con las formalidades aduaneras de importación. La segunda condición indica que las mercancías deben ser susceptibles a identificación.

Una vez terminada la exposición de las mercancías en la feria internacional el empresario tendrá dos opciones para la culminación del régimen, la reimportación en el mismo estado, en la cual, los productos deben retornar al país en las mismas condiciones en las que obtuvieron la salida temporal. Otra opción para la

terminación del régimen de acuerdo a los procedimientos aduaneros es la exportación definitiva.

La exportación definitiva, como su nombre lo indica es la salida de mercancías de manera definitiva del territorio aduanero ecuatoriano, en libre circulación bajo el cumplimiento con los procedimientos de la normativa aduanera vigente. Las exportaciones, son una de las principales forma de participación de las empresas en el comercio internacional, el fin que persigue la aplicación del régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo estado, como medio de promoción internacional es llegar a la consecución de una negociación, es decir insertar a las empresas ecuatorianas en nuevos mercados.

1.2 ARTESANÍAS

Las artesanías son objetos utilitarios o decorativos tradicionales producidos a mano (Freitag, 2014). Se las considerada un arte popular tradicional de los pueblos, que se caracteriza por la producción familiar se transmite de generación en generación.

“Las artesanías representan una cosmovisión cultural y la riqueza natural de una región determinada “ (Del Carpio & Freitag, 2013). Con el paso de los años se ha mejorado la técnica de la elaboración y se ha innovando en sus propuestas sin perder la esencia tradicional de la pieza artesanal.

“En la producción de la artesanía es indispensable contar con la habilidad manual, creatividad, conocimiento de la cultura local y el gusto por la actividad” (Lage, Romero, & Alves, 2017, pág. 198). Las artesanías apuntan a conocedores del arte, coleccionistas, personas que aprecian los productos hechos a mano, que valoren la destreza, la técnica y los detalles que emplean los artesanos en la elaboración de sus objetos.

1.2.1 Sector Artesanal Ecuatoriano

En Ecuador, la producción de artesanías se encuentra caracterizada por su tradición y el ambiente geográfico en el que se desarrollan, pues su confección se encuentra

en todas las regiones del país gracias a la riqueza natural que posee, dado que cada región cuenta con materia prima única. Entre la gran diversidad de artesanías que se elaboran en el país, se las clasifica de acuerdo a los materiales utilizados:

Gráfico 2. Clasificación de las artesanías ecuatorianas de acuerdo a los materiales utilizados



Fuente: FLACSO (2014)

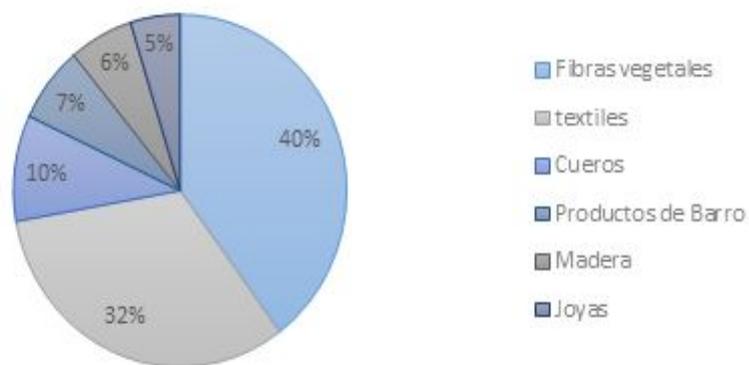
De toda esta variedad de productos los más cotizados internacionalmente son los sombreros de paja toquilla por la calidad de la fibra y técnica del tejido que es muy valorado en el mercado europeo. Otro de los productos que destacan son los elaborados de cuero y de tagua que cuentan con gran aceptación internacional principalmente en Hong Kong y los Estados Unidos.

Los artesanos en Ecuador representan 32.7% del PEA Población Económicamente Activa, este sector está constituido en más del 80% por grupos familiares,

pertenece al grupo de las mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) las cuales representan alrededor del 90% de la rama empresarial del país, genera un impacto promedio al PIB del 40% y un aporte del 60% en la generación de empleo directo (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2018).

El desarrollo de los sectores productivos artesanales es de 40% fibras vegetales, seguido de los textiles con un 32%, productos de cuero 10%, productos de barro con 7%, madera 6%, joyas 5%.

Gráfico 3. Sectores productivos artesanales



Fuente: FLACSO (2014)

El sector artesanal ecuatoriano cuenta con un gran potencial exportador por la calidad de las piezas y la variedad presentada. Las artesanías están ubicadas dentro de los 60 productos más exportados de acuerdo al Banco Central del Ecuador con un superávit de 49 millones de dólares (BCE, 2018). Sin embargo, a nivel internacional las exportaciones ecuatorianas cuentan con un bajo desarrollo pues no son consideradas representativas en este contexto, lo que evidencia que es un sector al que le hace falta mayor impulso y promoción para poder competir con los grandes exportadores Latinoamericanos como es el caso de Brasil, Chile y Colombia.

1.3 PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

La importancia de las exportaciones como fuente de ingresos de divisas de las naciones, forja la creación de doctrinas internacionales de promoción y desarrollo comercial. Uno de los temas fundamentales dentro de la formulación de políticas comerciales en el interior de los Estados y de los organismos multilaterales como la Organización Mundial del Comercio, es el acceso a nuevos mercados (Bedoya, 2013). Esta situación, hace que hoy en día sea imperioso para los gobiernos centrales el impulso a las empresas, sean estas pequeñas medianas o grandes, a expandir su actividad comercial hacia el mercado exterior, obedeciendo a una necesidad de ser competitivos en el contexto global.

La promoción de las exportaciones se ha transformado en la principal estrategia de desarrollo económico de las naciones. “La promoción son todos los esfuerzos que se ejecutan para recordar, informar o persuadir a un público objetivo, con el fin de propiciar una venta” (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 506). La venta internacional conocida como exportación, contribuye positivamente en la balanza comercial, a la generación de empleo y a un mejor nivel de vida por el ingreso de circulante.

La consecución de la exportación viene precedida de la administración eficiente de los medios de promoción, así como también del análisis de las características destacables del mercado meta. La apertura de mercados conlleva a que los competidores globales busquen acaparar la atención del consumidor, provocando que las empresas se vuelvan cada vez más competitivas (Zamora & Pedraza, 2013). El mercado exterior representa para las empresas un entorno incierto, menos conocido que el mercado local en el que se desenvuelven, pues existen mayores niveles de riesgo que tiene que afrontar la empresa al aventurarse a exportar su mercancía.

Existen diversos medios de promoción internacional que toda empresa puede acogerse en busca de la expansión empresarial como son las misiones comerciales, encuentros empresariales, ruedas de negocios y las ferias internacionales. El escoger uno u otro

medio de promoción dependerá mucho de los recursos y contactos disponibles, sin importar el medio seleccionado, es imprescindible la planificación y preparación previa como elementos claves en los eventos de promoción exterior.

Las políticas de promoción, están orientadas al incremento de exportaciones de productos no tradicionales y a la diversificación de mercados, incentivando a la productividad, innovación y competitividad de las empresas. “Una de las políticas complementarias más importantes es el buen funcionamiento de la administración aduanera que permite proveer a los comerciantes transparencia, predictibilidad y un despacho de mercancías rápido” (Zamora & Navarro, 2015, pág. 208). En este proceso de promoción internacional, el llegar a la consecución de la exportación de mercancías, requiere de incentivos y medidas de sustento y apoyo al empresario que permitan el ingreso y permanencia en nuevos mercado.

Por la importancia que representa el incentivar las exportaciones, existen a nivel mundial diversas organizaciones o agencias de promoción e inversión extranjera, como es el caso de Pro Ecuador, que es la institución ecuatoriana que ayuda a la promoción de los productos mediante la inserción en ruedas de negocios y ferias internacionales a productores y exportadores, además de capacitarlos para el ingreso a nuevos mercados.

Los emprendedores, como gestores del comercio internacional, deben contar con la experiencia y educación en negociación internacional, necesitan capacitación continua sobre despacho aduanero, incoterms, distribución, precios y adaptación del producto con los requerimientos del mercado internacional; así como también sobre las políticas y cultura de negociación (Acuña & Nonell, 2015).

El empleo adecuado que se haga de los medios de promoción y difusión con los que cuenta la empresa, se verá reflejado en la consecución de los objetivos de ventas. Es primordial contar con la capacitación y el conocimiento adecuado para poder llegar de manera efectiva al mercado exterior en el que se pretende incursionar. El cierre de una negociación que permita a las empresas fortalecer su participación en el mercado y transportar su presencia de marca a diferentes Estados.

1.3.1 Ferias Internacionales

“Las ferias internacionales son grandes eventos comerciales de exhibición de productos y/o servicios, que utilizan lugares específicos y repetitivos para su realización” (Ferrero & Ananos, 2015, pág. 144). Son uno de los principales mecanismo de promoción utilizado por los exportadores, se encuentran bajo custodia aduanera hasta la culminación del evento como parte del control que se da a los productos extranjeros que ingresaron previamente.

“Las ferias son espacios idóneos para la comunicación y la promoción, permite conocer potenciales clientes proveedores, establecer contacto que ayuden adquirir valiosa información sobre tendencias, tecnologías y productos” (Antolín, Martínez, & Céspedes, 2016, pág. 40). La información que se obtenga debe ser fiable y útil para el desarrollo e innovación dentro de las empresas.

La decisión de participar en una feria internacional viene definida de la elaboración de un plan de negocios, pues estos eventos acarrear costos significativos que debe realizar el emprendedor; por lo que es necesario analizar de manera previa el presupuesto con el que se tiene que contar y a cual feria es más conveniente presentarse de acuerdo a los objetivos que se ha proyectado. El plan es el documento que debe contemplar una planificación con la descripción de las actividades a ejecutar, el cronograma previsto y principalmente el presupuesto total (Palhares & Crescitelli, 2015). Podemos deducir entonces que mediante el plan de negocios se pueden responder a interrogantes como ¿quiénes son mis clientes potenciales? y ¿cómo voy a llegar a ellos?

La exposición en ferias constituye una estrategia diferenciada que ayuda a darse a conocer en un mercado extranjero, es un medio privilegiado de presentación de los productos a un número importante de potenciales clientes. Las ferias de artesanías tienen un tinte sentimental, representan la cultura y tradición de una localidad, consideradas con un atractivo diferente por el valor patrimonial de una nación que simbolizan.

Estados Unidos, Italia, Francia, España y Japón son los países en los que se llevan a cabo las más importantes ferias internacionales de artesanías, en estas naciones, se

otorga un gran valor a los productos que aplican técnicas tradicionales de elaboración amigables con el ambiente. El continente asiático es el principal destino del comercio mundial de artesanías, Estados Unidos representa para Ecuador el mercado habitual de exportación y promoción de productos artesanales.

La principal feria internacional de artesanías de Estados Unidos es el New York International Gift Fair, la cual se realiza dos veces al año por cinco días, entre la última semana de enero y la tercera semana de agosto. El Ecuador ha participado en dicha feria por cuatro años consecutivos desde el 2011 hasta el 2014 contando con la participación de seis empresas nacionales. Las empresas participantes son Inga Alpaca, Homero Ortega, El Telar, Salangome, Tropitagua y La Pila (El Telégrafo, 2014). Los principales productos mostrados fueron los tejidos de alpaca y de lana, joyas de plata y tagua, así como también los sombreros de paja toquilla.

En el 2017 a través de las oportunidades brindadas por la red de oficinas comerciales de Pro Ecuador se alcanzó en estimaciones de ventas 529 millones de dólares por la participación de 45 ferias internacionales (Pro Ecuador, 2018). En el caso exclusivo de artesanías en este año se contó con la participación de diez empresas ecuatorianas en dos eventos, el New York Now contó con la participación de cuatro empresas y en el Magic las Vegas intervinieron seis, las cuales lograron un contacto efectivo para abrir mercado en Estados Unidos.

Para una empresa artesanal, la realización de los estudios previos necesarios para la decisión de participación de ferias internacionales resulta embarazoso, más cuando no se cuenta con los recursos y con la adecuada asesoría, por tal motivo han encontrado en la alianza con Pro Ecuador una buena estrategia para penetrar el mercado internacional. La institución dentro de este proceso de promoción internacional interviene, desde la planificación y presupuesto (pre feria), adecuación y montaje de stand durante la etapa de ejecución y finaliza su mediación con la evaluación de resultados (Cordero, 2017). Activamente desde la creación de Pro Ecuador en el 2011 se conoce que han sido 21 las empresas artesanales que han participado en las ferias internacionales por medio de la entidad.

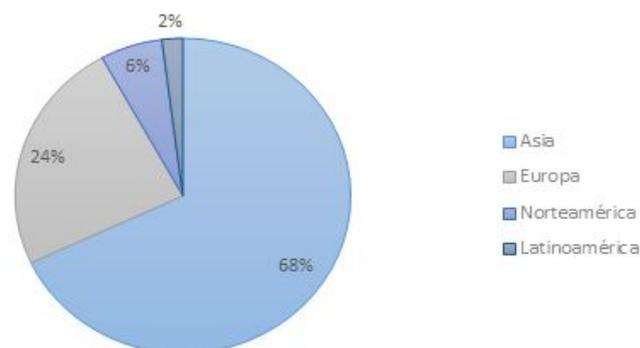
1.4 COMERCIO EXTERIOR DE ARTESANÍAS

El comercio exterior permite a los Estados el intercambio de bienes y servicios cuya producción no poseen o no abastece su consumo, cubriendo las necesidades de mercado. “En este sentido, el comercio internacional ha sido el gran impulsor del crecimiento y desarrollo de las naciones” (Almada & Medina, 2016, pág. 2). Por tal motivo, cada día son más los esfuerzos que generan las empresas en busca de la competitividad internacional, con el paso de los años emplean diversas estrategias comerciales que inciden al cambio de las tendencias de consumo.

En los últimos años, las artesanías han despertado el interés mundial de los países y de organizaciones internacionales como la ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial), por considerarla la actividad idónea para afrontar la pobreza, y por su elaboración amigable con el ambiente, lo que genera un gran potencial exportable por explotar debido a la variedad de producción que se posee.

Las artesanías son adquiridas en todo el mundo, con una gran incidencia en los países asiáticos, los cuales de acuerdo a un análisis del sector realizado por la FLACSO en el 2014 se determinó que son los principales importadores con un 68% del contexto global, seguido de Europa con un 24%, Norteamérica con un 6% y Latinoamérica con un 2%.

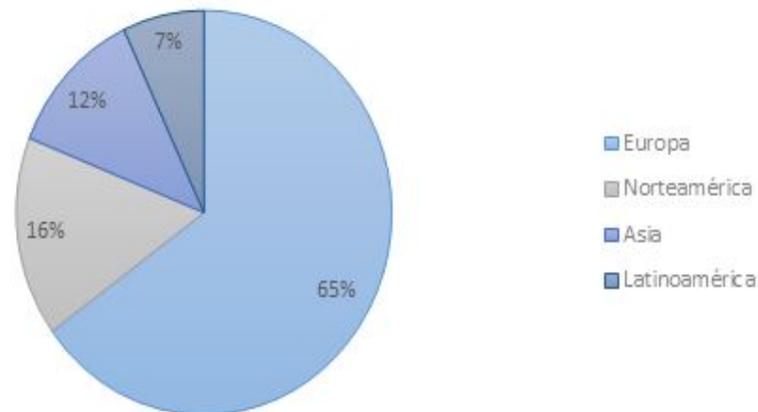
Gráfico 4. Distribución de las importaciones mundiales de artesanías por regiones.



Fuente: FLACSO (2014)

Por otro lado, la distribución por regiones de exportaciones de artesanías, tenemos de líder a Europa con un 65%, Norteamérica con un 16%, Asia 12% y Latinoamérica con un 7%. A nivel de Latinoamérica Ecuador es el sexto país exportador de la región, y Brasil es el principal país con mayor exportación de artesanías con un 35%.

Gráfico 5. Distribución de las exportaciones mundiales de artesanías por regiones

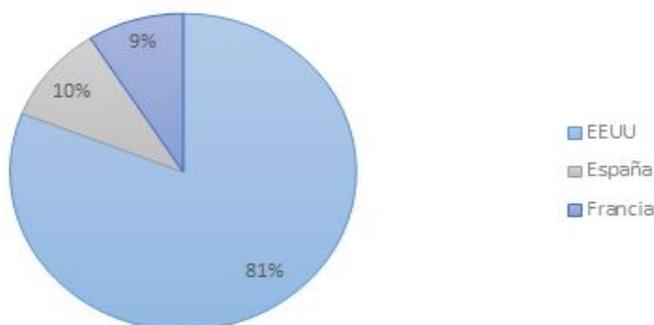


Fuente: FLACSO (2014)

1.4.1 Exportaciones Ecuatorianas de Artesanías

El comercio exterior de las artesanías ecuatorianas actualmente se encuentra centralizado en tres países como son Estados Unidos, España y Francia. Siendo es Estados Unidos con un 81% el principal destino de las exportaciones ecuatorianas seguido de España con un 10% y de Francia con un 9%. Esto brinda la perspectiva de que aún existe un campo grande por explorar en cuanto a exportaciones pues a nivel mundial es China y Japón los principales consumidores de artesanías.

Gráfico 6. Exportaciones ecuatorianas de artesanías por países



Fuente: FLACSO (2014)

El sector de artesanías ecuatoriano de acuerdo con datos de Pro Ecuador, a través de la participación de las ferias internacionales y ruedas de negocios conjuntas con la entidad, ha logrado la comercialización eficaz de sus productos con empresas estadounidenses y francesas. Ecugreen es la compañía americana que ha cerrado negocios con 16 empresarios artesanales de Ecuador con artículos como bisuterías de tagua, sombreros de paja toquilla, bisutería de roca de río e incrustaciones de plata, textiles, entre otros.

Por su parte la empresa Trans Andean Trade SAS de Francia cerró negocios con 7 empresas principalmente de artesanías de plata y camisas bordadas como las principales atracciones de comercio para esta compañía.

A continuación se detallan las principales empresas artesanales que han logrado exportar gracias a su participación conjunta con Pro Ecuador en ferias Internacionales y programas desarrollados por la institución:

Tabla 1. Principales empresas exportadoras de artesanías ecuatorianas

<i>Nombre de la empresa</i>	<i>Actividad</i>	<i>País al que exporta</i>
Conductagua	Elaboración y comercialización de botones, figuras, bisuterías a base de tagua.	Estados Unidos
Bigalli Hats	Comercialización de sombreros de paja toquilla.	Estados Unidos
Etnia Tricolana	Textiles bordados, pantalones y camisetas artesanales	Estados Unidos
Isabel López Joyería	Elaboración de joyas en metales para hombres y mujeres	Francia
Cositas Lindas	Camisetas bordadas	Estados Unidos y Francia
Centro de Bordados Cuenca	Tejeduría textil, bordados a mano.	Francia

Fuente: PRO ECUADOR (2017)

Las exportaciones son primordiales en el crecimiento y desarrollo de los países por tal motivo es fundamental, brindar incentivos a los diversos sectores productivos para la comercialización internacional. En el 2017 las exportaciones ecuatorianas crecieron un 0.6% contribuyendo positivamente al PIB en 0.18% donde destacan el crecimiento del aceites refinados del petróleo con 20.7%, camarón elaborado 10%, flores 7%, banano, café y cacao con el 6% entre otros (BCE, 2018). Sin embargo, Ecuador cuenta con una baja participación en las exportaciones de artesanías representa el 0.017% en el mercado mundial siendo un sector al que le falta explotar su potencial exportador.

La capacidad productiva como tal, es un factor determinante a la hora decidir exportar, por tal motivo puede resultar un obstáculo para los artesanos ecuatorianos que no cuenten con la producción necesaria. “Es importante determinar si las empresas con alto compromiso exportador, están dispuestos a formular estratégicamente su negocio e invertir mayores recursos en los mercados exteriores” (Escandón, Hurtado, & Castillo, 2013). Las empresas con mira apertura mercados tienen que estar dispuestos acogerse a

las normativas internacionales de diseño y calidad para que el producto cuente con la aceptación que se requiere en el proceso.

Por consecuencia, es de gran relevancia para los empresarios de productos artesanales, conocer el proceso de acogerse al régimen temporal para la reimportación en el mismo estado con fines de promoción internacional, pues resulta un medio eficaz para la expansión de sus actividades en el mercado exterior.

1.5 CASO PRÁCTICO

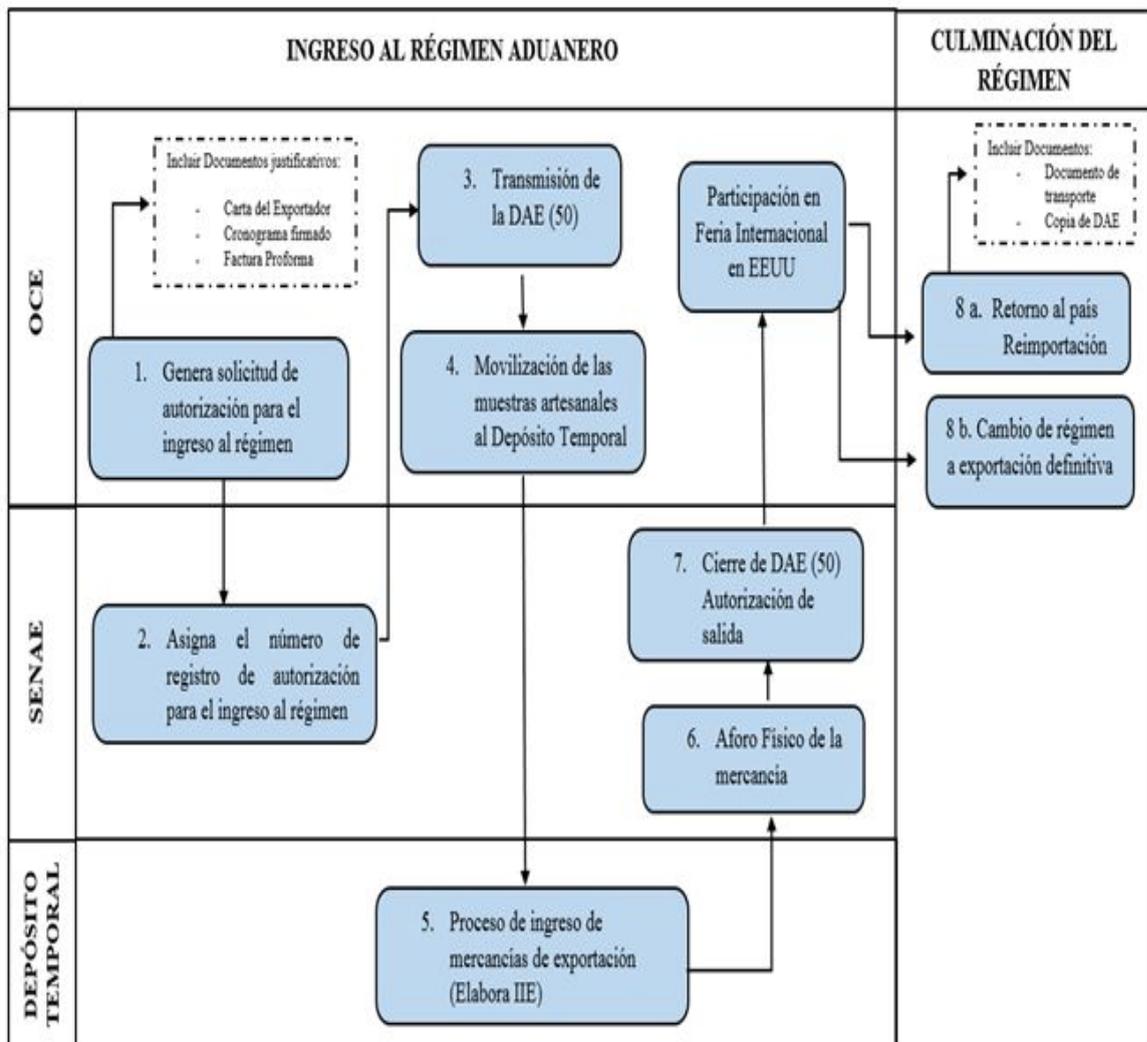
Un empresario de artesanías decide expandir sus fronteras e ingresar al mercado internacional para ello encontró en las ferias internacionales que duran 3 meses una gran oportunidad por lo que decide hacer el envío de 30 muestras hacia el mercado de estadounidense.

En base a lo establecido en el COPCI y su reglamento. ¿Qué debe hacer el empresario para enviar sus muestras y luego de culminar la feria internacional?

El empresario de artesanías ecuatorianas, una vez que selecciona la feria internacional en Estado Unidos en la que va a participar y luego de que la entidad que organiza remite la carta en la que indica su participación en la misma y el tiempo de estadía, debe acogerse al régimen exportación temporal para reimportación en el mismo estado para poder enviar sus muestras artesanales.

Para participar en una feria internacional, el empresario previamente debe haber obtenido su token y encontrarse registrado en la plataforma del Ecuapass como exportador. Para entender el proceso para ingreso y culminación al régimen aduanero exportación temporal para la reimportación en el mismo estado se procede a su descripción:

Gráfico 7. Flujoograma del proceso de ingreso y culminación del régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo estado



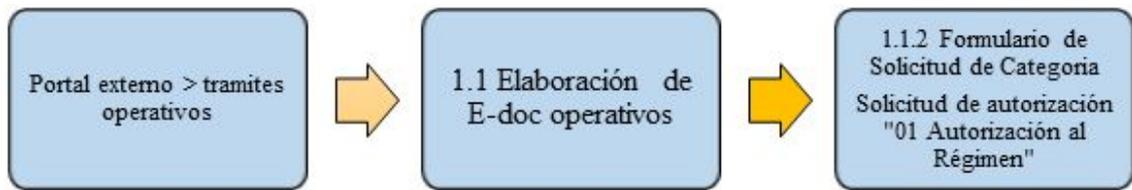
Fuente: SENAE (2016)

1.5.1 Proceso de ingreso al régimen

El procedimiento descrito a continuación se lo obtuvo de la Guía de operadores de comercio exterior para la exportación temporal para la reimportación en el mismo estado (2016) del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

1. Solicitud de ingreso al Régimen: Mediante el sistema informático Ecuapass se solicita al Senae, la autorización para ingresar al régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo Estado a través de:

Gráfico 8. Ingreso de solicitud de ingreso al régimen



Fuente: SENA (2016)

En esta parte se debe adjuntar a la solicitud de autorización los siguientes documentos:

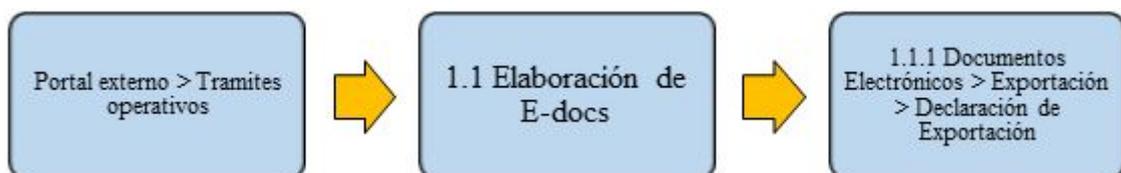
- ❑ **Carta del Exportador:** En esta carta se debe justificar el motivo por el cual se realizará la exportación temporal.
- ❑ **Cronograma:** En dicho cronograma se debe justificar el tiempo de permanencia en el exterior de las mercancías y el mismo debe estar firmado por el exportador.
- ❑ **Factura Proforma:** Declaración de cantidad y valor comercial de las mercancías.

2. Asignación del número de registro de autorización para el ingreso al Régimen:

El sistema Ecuapass emite el número de registro de autorización para el ingreso al régimen.

3. Transmisión de la DAE 50: El OCE debe llenar la DAE 50 de la siguiente manera:

Gráfico 9. Proceso de transmisión de DAE 50



Fuente: SENA (2016)

4. Movilización de mercancías a depósito temporal: El exportador debe trasladar las mercancías desde sus instalaciones hacia un depósito temporal previo a su embarque.

5. Proceso de ingreso de mercancías de exportación: El depósito temporal realiza ingresa la mercancía de exportación y elabora el IIE Informe de ingreso de exportación a zona primaria.

Se debe cancelar la tasa por servicio aduanero dentro del plazo establecido, para ejecutar el proceso de aforo.

6. Aforo: Se realizará el aforo físico de las mercancías para constatar que dicha mercancías sean las mismas que se ha declarado y que cumplan con las condiciones para ser admitidas bajo este Régimen.

7. Cierre de la DAE 50: Cuando el operador aduanero no encuentra observaciones se procede al cierre de la DAE y autoriza de salida de las mercancías

1.5.2 Culminación del régimen

Una vez que las mercancías cumplieron el fin para el cual fue autorizada su exportación temporal; en este caso se dé la terminación de los 3 meses de la feria internacional en los Estados Unidos el empresario deberá dar la culminación al régimen, para lo cual lo puede realizar de dos maneras tal como se procede a detallar:

8 a. Reimportación: Las muestras de artesanías promocionadas en el exterior deberán retornar al Ecuador en la misma forma en la que fueron exportadas sin presentar modificación alguna mediante la reimportación de las mercancías por cualquier distrito de aduana, la misma que está exenta de las medidas de defensa comercial y de la presentación de documentación acompañamiento a excepción del documento de Transporte que lo deberá presentar junto con la copia de la DAE como los únicos documentos exigibles para el proceso.

8 b. Exportación Definitiva: En el caso de que el empresario haya decidido vender su mercancía que salió con fines promocionales, deberá realizar el cambio de régimen a Exportación Definitiva DAE 40, bajo el cumplimiento de las formalidades aduaneras siempre y cuando esté dentro del plazo; una vez vencido el plazo de permanencia en el exterior será potestad de la administración aduanera declarar la Exportación Definitiva de manera tácita.

2. CONCLUSIONES

El procedimiento para la aplicación de régimen exportación temporal para la reimportación en el mismo estado, otorga facilidades a los empresarios para la promoción internacional de sus productos, por cuanto la exigencia documental es mínima, tanto para la salida como el posterior retorno en caso de que se propicie, de esta manera brinda la oportunidad de llevar las mercancías al mercado exterior a promocionarse o exhibirse, permitiendo que el producto retorne al Estado o se negocie en el tercer país sin ningún tipo de restricciones incentivando la comercialización internacional.

La utilización de este régimen para la participación en ferias internacionales, ha tenido efecto positivo aunque aún poco difundido, hasta el momento se conoce que 25 empresas ecuatorianas artesanales, han logrado la penetración efectiva en el mercado exterior por medio de su inclusión en los programas de promoción a las exportaciones de Pro Ecuador.

Este régimen aplicado como medio de promoción, pretende que los empresarios realicen los esfuerzos necesarios que le permitan promocionar sus productos en una serie de eventos internacionales a manera de expandir la oferta exportable ecuatoriana principalmente de los productos no tradicionales.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, H., & Nonell, P. (2015). La diplomacia cultural en los negocios internacionales: Religiones del mundo. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 10(2), 215-235.
- Almada, M., & Medina, A. (2016). Análisis Normativo del Comercio Exterior en México. *Revista de investigaciones sin frontera*, 9(23), 1-11.
- Antolín, R., Martínez, J., & Céspedes, J. (2016). Fomentando la innovación del producto en las empresas nuevas: ¿Que instrumentos públicos son más efectivos? *European Research on Management and Business Economics*, 22(1), 38-46. doi:10.1016/j.ieedee.2015.05.002
- BCE. (29 de marzo de 2018). *Ecuador creció 3% en el 2017 y confirma dinamismo de su economía*. Obtenido de Página Oficial Banco Central del Ecuador:
<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-creció-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economía>
- Bedoya, V. (2013). Administración de contingentes arancelarios en los Acuerdos Comerciales suscritos por Colombia con México, Canadá y Estados Unidos. *Revista de Derecho Privado* 50, 1-43.
- Coll, P. (2013). *Regímenes aduaneros económicos y procesos logísticos en el comercio internacional*. Valencia: Marge Books.
- Cordero, C. (2017). *Ferias Internacionales y la percepción de las empresas participantes*. Santiago: Instituto de estudios internacionales

Universidad de Chile. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/147254/Ferias_Internacionales_y_la_percepci%C3%B3n_de_las_empresas_participantes.pdf?sequence=1

Del Carpio, P., & Freitag, V. (2013). Motivos para seguir haciendo artesanías en México: Convergencias y diferencias del contexto artesanal de Chiapas y Jalisco. *Ra Ximhai*, 9(1), 79-98.

El Telégrafo. (21 de agosto de 2014). Artesanos participan en feria internacional de Nueva York. *El Telégrafo*, pág. 8. Obtenido de www.letelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/artesanos-participan-en-feria-internacional-en-nueva-york

Ferrero, O., & Ananos, M. (2015). Las políticas de promoción de exportaciones en la provincia de Santa Fe, período 2008-2011. Entre avances institucionales innovadores y resultados limitados. *Temas y debates* 30, 137-159.

FLACSO. (2014). *Informe del análisis sectorial mipymes*. Quito: Centro de Investigaciones económicas de la micro, pequeña y mediana empresa.

Freitag, V. (2014). Entre arte y artesanía: elementos para pensar el oficio artesanal en la actualidad. *Revista El artista* 11, 129-143.

Junta Nacional de Defensa del Artesano. (30 de mayo de 2018). *Rendición de Cuentas 2017*. Quito: JNDA. Obtenido de JNDA.

- Lage, R., Romero, H., & Alves, M. (2017). Feria del Cerrado, Goiania: la participación social para el desarrollo local. *Interacoes Campo Grande*, 18(1), 191-202. doi:10.20435/1984-042x-2016
- Marcela, D., Hurtado, A., & Castillo, M. (2013). Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales. *Revista escuela de administración de negocios* 75, 40-55. doi:10.21158/01208160.n75.2013.770
- Muñoz, C., & Velandia, A. (2014). Etnocentrismo del mercado colombiano y brasilero y su relación con las actitudes e intención de compra hacia productos extranjeros y domésticos. *Suma Psicol*, 21(2), 99-106.
- Palhares, F., & Crescitelli, E. (2015). Planejamento e implantação da comunicação de marketing: Uma análise comparativa entre teoria e prática. *REGE, São Paulo*, 22(3), 435-452. doi:10.5700/rege 571
- Pro Ecuador. (15 de Enero de 2018). *Informe de gestión 2017*. Quito: Pro Ecuador Sin fronteras. Obtenido de Pro Ecuador.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (mayo de 2016). *Guia de operadores de comercio exterior para la exportación temporal para la reimportación en el mismo estado*. Quito: SENAE-GOE-2-2-007-V2.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2017). *Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones COPCI*. Quito: Registro Oficial.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2017). *Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código*

Orgánico del a Producción Comercio e Inversiones. Quito: Registro oficial.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Decimocuarta ed.). México: McGraw Hill Interamericana.

Zamora, A., & Navarro, J. (2014). Eficiencia de la administración pública aduanera a través del modelo DEA. *CONfines*, 10(20), 117-135.

Zamora, A., & Navarro, J. (2015). Competitividad de la administración de las aduanas en el marco del comercio internacional. *Contaduría y Administración*, 60(1), 205-228.

Zamora, A., & Pedraza, O. (2013). El transporte internacional como factor de competitividad en el comercio exterior. *Journal Economics Finance And Administrative Science*, 18(35), 108-120.