



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DEL RÉGIMEN ADUANERO FERIAS
INTERNACIONALES EN LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS
PROMOCIONADOS POR EXPO KIDS EN ECUADOR

SANCHEZ ARMAS JESSICA MELISSA
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DEL RÉGIMEN ADUANERO
FERIAS INTERNACIONALES EN LA ADQUISICIÓN DE
PRODUCTOS PROMOCIONADOS POR EXPO KIDS EN ECUADOR

SANCHEZ ARMAS JESSICA MELISSA
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DEL RÉGIMEN ADUANERO FERIAS
INTERNACIONALES EN LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS PROMOCIONADOS
POR EXPO KIDS EN ECUADOR

SANCHEZ ARMAS JESSICA MELISSA
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

ARIAS MONTERO JORGE EDUARDO

MACHALA, 12 DE JULIO DE 2018

MACHALA
12 de julio de 2018

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Análisis de la aplicación del régimen aduanero ferias internacionales en la adquisición de productos promocionados por Expo Kids en Ecuador, 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



SÁNCHEZ MALDONADO MARCO FABRICIO
0703359869
ESPECIALISTA 2



DÍAZ CUEVA JIMMY GABRIEL
0702000043
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: jueves 12 de julio de 2018 - 10:13

Urkund Analysis Result

Analysed Document: SANCHEZ ARMAS JESSICA MELISSA_PT-010518.pdf (D40246228)
Submitted: 6/18/2018 5:32:00 PM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 1 %

Sources included in the report:

contenido-tutor urkund.docx (D29657440)

<https://www.isotools.org/2015/03/13/por-que-es-importante-la-gestion-de-riesgos-para-tu-empresa/>

Instances where selected sources appear:

2

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

La que suscribe, SANCHEZ ARMAS JESSICA MELISSA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Análisis de la aplicación del régimen aduanero ferias internacionales en la adquisición de productos promocionados por Expo Kids en Ecuador, 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, 12 de julio de 2018



SANCHEZ ARMAS JESSICA MELISSA
0707061479

RESÚMEN

El grado de integración económica que han alcanzado en la actualidad los países se debe gracias al avance que ha logrado obtener el comercio internacional en cuanto a procesos tecnológicos, comercialización, innovación y buena fe que exigen los mercados globalizados; el implementar procesos de internacionalización por parte de las empresas, surge de la búsqueda de contar con productos que generen ventaja competitividad en las transacciones administrativas y comerciales que se ejecuten dentro del sector empresarial.

La promoción de mercancías resulta ser el pilar de toda organización que encamina hacia el progreso, debido a que por medio de esta las empresas invierten todos sus esfuerzos enfocados en procesos de mejora continua o retroalimentación, para así poder dar a conocer sus productos y a la vez incursionar en mercados potenciales en cuanto a sus segmentaciones planteadas.

El trabajo investigativo que se presenta, se centra en el desarrollo de un caso práctico, en base a una problemática que hace referencia a la adquisición de productos del segmento de mercado “niños” de un evento realizado en la ciudad de Quito-Ecuador denominado Feria Expo Kids, por tal motivo se recurrió a lo que estipula la legislación aduanera ecuatoriana para su solución

El régimen especial aduanero de ferias internacionales es considerado como la herramienta de promoción más fructífera en cuanto a las estrategias de mercado que las empresas utilizan mundialmente y que les permite a los Operadores de Comercio Exterior (OCES) gozar de varios beneficios que repercuten en el desarrollo tanto de personas naturales como jurídicas.

Palabras claves: Comercio internacional, regímenes aduaneros, ferias internacionales, comercialización, promoción, aduanas.

ABSTRACT

The degree of economic integration that countries have reached today is due to the progress that international trade has achieved in terms of technological processes, commercialization, innovation and good faith demanded by the globalized markets; the implementation of internationalization processes by companies, arise from the search for products that generate competitive advantage in administrative and commercial transactions that are executed within the business sector.

The promotion of merchandise turns out to be the pillar of any organization that leads to progress, because through this the companies invest all their efforts focused on processes of continuous improvement or feedback, in order to be able to publicize their products and at the time to venture into potential markets in terms of their proposed segmentations.

The research work that is presented, focuses on the development of a case study, based on a problem that refers to the acquisition of products from the market segment “children” of an event held in the city of Quito-Ecuador called Fair Expo Kids, for this reason resorted to what stipulates the Ecuadorian customs legislation for its solution.

The special customs regime of international fair is considered as the most fruitful promotion tool in terms of the market strategies that companies use worldwide and that allows Foreign Trade Operators (OCES) to enjoy several benefits that have an impact on the market development of both natural and legal persons.

Keywords: International trade, customs regimes, international fairs, marketing, promotion, customs.

ÍNDICE

RESÚMEN	3
ABSTRACT	4
ÍNDICE	5
INTRODUCCIÓN	6
DESARROLLO	8
El comercio internacional y la importancia de la integración económica	8
El papel de las aduanas dentro del comercio internacional	8
El rol de los regímenes aduaneros en el ámbito comercial	10
La actividad de los procesos de comercialización y promoción en las empresas	13
Las ferias internacionales como estrategia de mercado	14
Adquisición de productos Feria Expo Kids en Ecuador	15
CONCLUSIONES	18
BIBLIOGRAFÍA	19

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Regímenes de no transformación (Importación)	11
Ilustración 2 Regímenes de transformación (Importación)	11
Ilustración 3 Regímenes de no transformación (Exportación)	12
Ilustración 4 Régimen de transformación (Exportación)	12
Ilustración 5 Otros regímenes	12
Ilustración 6 Regímenes de excepción	13
Ilustración 7 Régimen de ferias internacionales	16

INTRODUCCIÓN

Los cambios constantes por los que han atravesado los países a nivel mundial denominados como el fenómeno de la globalización, han ocasionado que las empresas se desarrollen en un entorno muy cambiante y mucho más competitivo en lo que respecta a los intercambios, comercialización y promoción de los recursos que poseen cada uno de ellos.

Desde tiempos muy remotos el trueque era considerado el mecanismo de intercambio de los pueblos, el mismo que con el paso de los años evolucionó y se perfeccionó dando paso a lo que llamamos actualmente relaciones comerciales, las cuales juegan un rol de suma importancia para las naciones, debido a que gracias a estas se incrementan las economías, se logra un alto reconocimiento y se diversifican la gama de productos exportables.

Existe una estrecha conexión entre el comercio internacional y el desarrollo de los pueblos, debido a que considera que para que se dé un ambiente armónico de las mismas se debe hacer un mayor énfasis en la inclusión social y sobre todo en la equidad de las naciones, ya que estos dos últimos términos se han convertido en el punto principal en lo que respecta al manejo de políticas comerciales internacionales que beneficien directamente a las sociedades. (Romero, 2015).

Por lo consiguiente, actualmente el comercio internacional es constituido como el eje transversal de todo Estado, reconociendo que el proceso de globalización ha contribuido en la expansión económica y a la vez ha permitido afianzar e incrementar las relaciones comerciales; no olvidándose de la regulación y control de la entrada y salida de bienes/servicios mediante la extensión de las vías de acceso para la integración económica.

El movimiento constante que han tomado las exportaciones de productos a nivel mundial se ha basado específicamente en el marketing, mercadeo y la participación en ferias, debido a que estas herramientas son consideradas importantes en la ejecución de actividades promocionales que desarrollan las diferentes empresas para dar a conocer las variedades de productos con que cuentan, y así poder penetrar mercados internacionales potenciales.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la aplicación del Régimen Especial Aduanero de Ferias Internacionales en la adquisición de productos promocionados por Expo Kids en la ciudad de Quito; en base a las normativas legales y

arancelarias estipuladas en el COPCI (Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones) y su Reglamento.

Para el desarrollo de esta investigación, se aplica una metodología de carácter descriptiva, por tratarse de un estudio de caso debido al alcance secundario con que cuenta el tema, recurriendo a fuentes de información como; revistas indexadas, la legislación aduanera vigente en Ecuador, SENA (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador), ProEcuador y otras fuentes de carácter investigativo que contribuyan en la realización del marco teórico del caso planteado.

En lo que respecta al impacto, se pretende presentar una visión clara de cuáles son los requisitos, mercancías admisibles, plazos, culminación y sobre todo los beneficios que brinda el Régimen Aduanero enunciado con anterioridad, para así lograr una mayor implementación del mismo que motive a crear nuevas oportunidades de negocios tanto para exportadores como importadores del país.

DESARROLLO

El comercio internacional y la importancia de la integración económica

El comercio internacional está integrado por un conjunto de procesos administrativos y operativos, basados en las transacciones de bienes y servicios a través de los distintos mercados mundiales, donde intervienen los distintos tipos de divisas y a la vez se crean beneficios mutuos para los agentes económicos que intervengan, fomentando una integración económica entre países en base al posicionamiento en mercados potenciales.

Fomentar el intercambio y la interacción entre las naciones resulta un escenario bastante demostrativo, debido a que ningún país es autosuficiente para cubrir la demanda propia de bienes tanto primarios, secundarios como terciarios. Por lo consiguiente “el nacimiento del comercio internacional bajo economías abiertas permite cubrir la demanda interna no cubierta por la producción nacional”. (Arévalo, Pastrano, & González, 2016).

El manejo idóneo de propiciar un comercio internacional en base a normativas y reglamentaciones justas y equitativas, ha tornado un ambiente comercial muy participativo por parte de los países a nivel mundial, la competitividad es uno de los puntos claves que mueve a las empresas u organizaciones de los Estados que participan en el ámbito de la comercialización con el objetivo de impulsar un desarrollo económico sostenible para las sociedades.

Es importante resaltar que gracias a la implementación de medidas que facilitan el comercio internacional por parte de las organizaciones mundiales han ocasionado el progreso de empresas tanto exportadoras como importadoras. La Organización Mundial del Comercio (OMC) es uno de los entes propulsores y de mayor importancia en la facilitación comercial, debido a que este organismo es el encargado de analizar las diferentes restricciones y procesos aduaneros que se tornan en la circulación de mercancías a nivel global con el fin propiciar un ambiente comercial armónico. (Juárez & Conde, 2015).

El papel de las aduanas dentro del comercio internacional

Varias son las organizaciones que promueven un comercio justo en las transacciones comerciales, por ende en este sistema cambiante interviene una institución de carácter

primordial encargada del control, tramitación y recaudación de cada una de las tasas o tributos aduaneros aplicados en el comercio internacional, conocida mundialmente como Aduana.

Haciendo énfasis en el proceso evolutivo por el cual han atravesado las aduanas, se hace referencia a que estas instituciones en tiempos atrás solo eran consideradas como entes recaudadoras de los tributos al comercio, no podían intervenir en ningún otro proceso o actividad aduanera que la mencionada con anterioridad pero esto ha dado un giro porque “actualmente las aduanas son agentes fundamentales para regular la globalización”. (Fernández, 2015).

Los procesos que generan hoy en día las distintas aduanas a nivel mundial están estructurados en base a los cambios globalizados que han adoptado los distintos mercados, la eficiencia es un término que se maneja en cada uno de los sistemas que ejecuta esta institución teniendo como principal objetivo la reducción de todos los aspectos intrínsecos y extrínsecos del comercio sobre todo en lo que respecta a las tributaciones y reglamentaciones comerciales. (Zamora & Navarro, 2015).

Por lo dicho con anterioridad, en la actualidad las aduanas son consideradas más que un ente recaudador de impuestos, estas constituyen el principal órgano regulador en la importación y exportación de mercancías, encargado de los procesos administrativos, tributarios, reglamentarios y reguladores del comercio internacional en base al control que realiza su talento humano enmarcados en los principios de buena fe y comercio justo.

El control que ejecutan las aduanas a nivel de los países se lo puede considerar como la piedra angular en lo que respecta a la protección de los intereses nacionales propios de sus Estados ya sea dentro del carácter económico, político comercial, social, etc., debido a que estas instituciones protegen y preservan todos los aspectos de carácter público en cuanto al tránsito internacional de mercancías.

El control aduanero, se lo efectúa en base a lo que dispongan las leyes y regulaciones nacionales en lo que respecta al cumplimiento estricto de cada uno de los requisitos que exijan las mismas, siempre tuteladas y amparadas bajo la potestad de la administración o autoridad aduanera, que es la única encargada de vigilar e intervenir en cualquier control que se efectúe dentro del territorio aduanero, con el objetivo de facilitar el tránsito internacional en base a procesos rápidos, seguros y eficientes. (García, 2017).

El rol de los regímenes aduaneros en el ámbito comercial

Tipificado y con respecto a lo descrito en el párrafo anterior, las instituciones que regulan todo lo referente al ámbito comercial, con el fin de facilitar el ingreso y egreso de bienes/servicios promueven la implementación de varios destinos aduaneros que se les puede otorgar a las mercancías, conocidos mundialmente como regímenes aduaneros.

Estos términos son considerados como una serie de procedimientos o procesos por el que atraviesan las mercancías, los mismos que deben estar descritos en las declaraciones aduaneras (DAI o DAE) para que puedan gozar de beneficios en cuanto a la exoneración de tributos y a su vez poder transitar libremente dentro de un territorio aduanero.

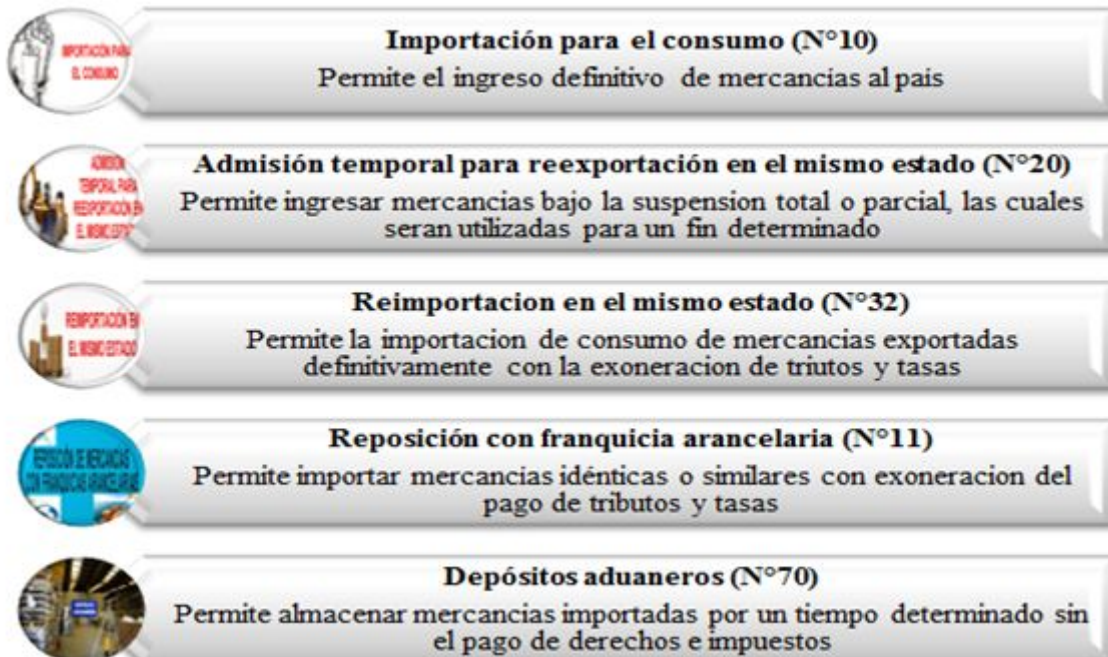
La legislación aduanera que implementan la mayor parte de los Estados está encaminada en la integración y expansión de sus economías, por ello hoy en día el “derecho aduanero moderno está instrumentado para dinamizar operaciones de comercio internacional”. (Moreno, 2015), las cuales constituyen el intercambio de divisas en lo que respecta al pago de tributos y tasas aduaneras, es importante señalar que los países son los únicos que tienen la autoridad de atribuir aranceles o recargos por el ingreso o egreso de bienes o servicios y a la vez restringir el ingreso de determinadas mercancías con el objetivo de precautelar los intereses de su territorio. (Moreno, 2015).

Los países ponen a disposición la utilización de los regímenes aduaneros para los agentes económicos en cuanto a las actividades comerciales que generen los mismos, la implementación de estos términos comerciales deberán ser aplicados por parte de las personas que están vinculadas directamente con el ámbito del comercio englobados en lo que son los operadores de comercio exterior (OCES), los cuales deberán estar regidos bajo lo que disponga la legislación aduanera vigente que lo amerite. (Huamán, 2015).

Es importante resaltar que el tipo de régimen a utilizar va a depender mucho del tratamiento que el declarante desee aplicar a su mercancía, por ende a continuación se presenta la clasificación con una breve descripción de lo que permite realizar cada régimen aduanero con su respectiva codificación.

Regímenes de importación

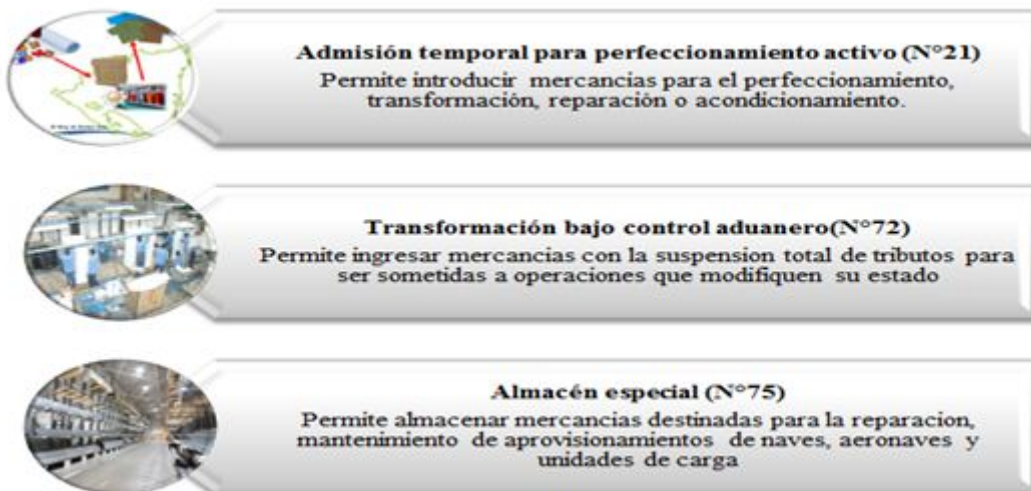
Ilustración 1 Regímenes de no transformación (Importación)



Fuente: COPCI

Elaborado por: La autora

Ilustración 2 Regímenes de transformación (Importación)

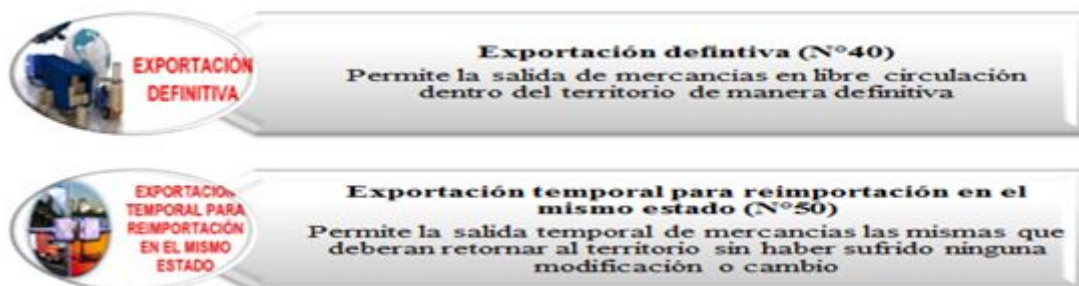


Fuente: COPCI

Elaborado por: La autora

Regímenes de exportación

Ilustración 3 Regímenes de no transformación (Exportación)



Fuente: COPCI

Elaborado por: La autora

Ilustración 4 Régimen de transformación (Exportación)

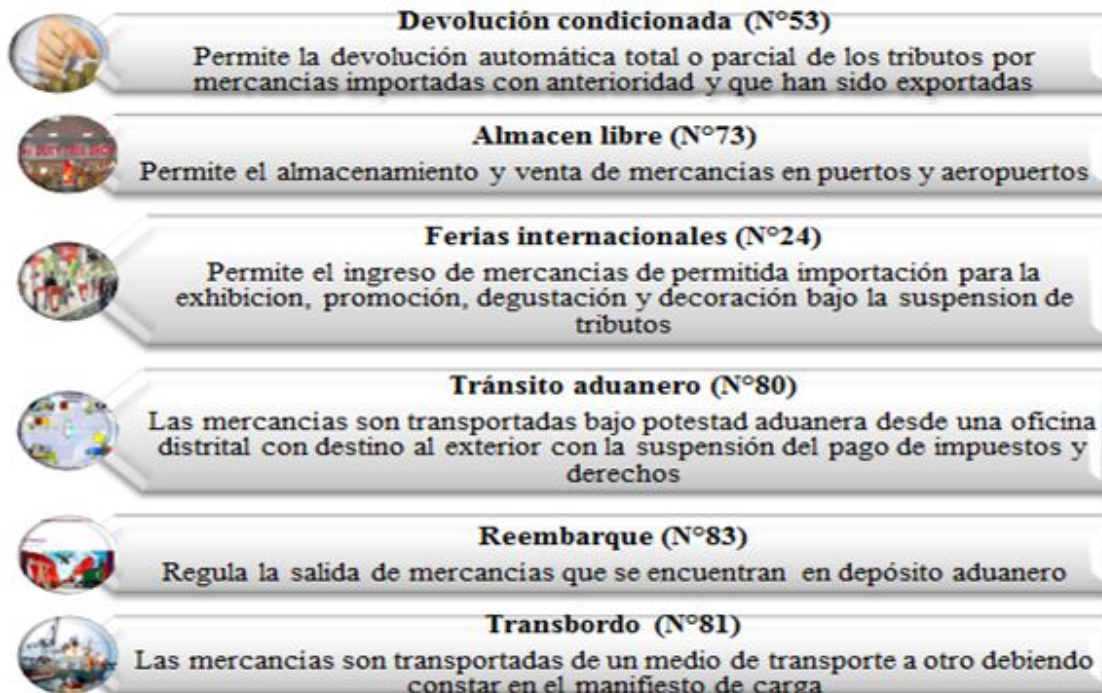


Fuente: COPCI

Elaborado por: La autora

Otros regímenes aduaneros

Ilustración 5 Otros regímenes



Fuente: COPCI

Elaborado por: La autora

Regímenes de excepción

Ilustración 6 Regímenes de excepción



Fuente: COPCI

Elaborado por: La autora

La actividad de los procesos de comercialización y promoción en las empresas

Si bien es cierto todo lo que respecta a la exportación o importación de mercancías propician un ambiente muy dinámico en cuanto a la aplicación de los diferentes regímenes aduaneros, el dar a conocer los diferentes productos que oferta un país y el incursionar en nuevos mercados potenciales es la motivación de integración empresarial moderna, lo que caracteriza a la integración del mundo global actual, tiene que ver específicamente con el boom de la implantación de transnacionales y la inversión extranjera directa que realizan tanto personas naturales o jurídicas en los mercados. (Romero, 2015).

Los mercados globales modernos son catalogados como muy cambiantes y altamente competitivos, es por ello que las empresas buscan la forma más idónea para poder dar a conocer sus productos en nuevas plazas y a la vez poder formar nuevos procesos de negociación en base a la optimización de los canales de comercialización de manera más eficaz y eficiente.

La volatilidad cambiante de los mercados internacionales modernos y su afán de modernizar sus sistemas de comercialización, se centran específicamente en conseguir la satisfacción

plena del consumidor o demandante de sus bienes/servicios, mediante el seguimiento de la negociación desde su inicio, entrega final de la mercancía y en ciertos casos mediante la oferta de servicios posteriores, que generen un valor agregado a sus productos. (Salom & Sepúlveda, 2012).

El generar ventaja comparativa y competitiva dentro del ámbito empresarial, surge como una forma de atraer a clientes potenciales, es por ello que en el escenario actual en el que compiten las empresas en pro de cada uno de sus intereses, se encuentra estructurado en procesos de mejora continua donde el avance del conocimiento tecnológico y la innovación son las raíces para generar reconocimiento institucional. (Andrade, 2016). Por lo consiguiente es importante resaltar que “la identidad corporativa es una estrategia global” (Caridad, Hernández, & Castellano, 2015), que las empresas deben cultivar como un tesoro primordial de comercialización.

Las ferias internacionales como estrategia de mercado

El término internacionalización, es el motor que mueve a la mayor parte del sector empresarial, el incursionar y posicionar productos en nuevos mercados es el objetivo que toda empresa desea cumplir pero que muy pocas logran alcanzarlo o más aún prevalecer en el tiempo con los bienes y servicios que se oferten.

El planteamiento de una serie de estrategias de mercado idóneas por parte de personas naturales como jurídicas, juegan como rol específico para poder penetrar un mercado e ir un paso más allá de la competencia con el posicionamiento de productos, por ende es importante resaltar el significado de este vocablo haciendo referencia que, se considera estrategia de mercado al conjunto de actividades que ejecutan las empresas a través de cualquier medio para promocionar, captar clientes y ejecutar la venta de los productos que ofrecen las mismas. (Coronado, Córdova, García, Santiago, & Vásquez, 2013).

En el ámbito del comercio internacional varias son las herramientas que las empresas tienen a su disposición para poder promocionar sus productos y a su vez llegar a posicionarse en varios países o segmentos acordes a su elección, la presencia internacional que demanden estas se verá reflejada en las adaptaciones globales y modernas que exijan las sociedades.

Las ferias internacionales son consideradas el mecanismo de comercialización más innovador y fructífero para poder concretar con éxito una negociación, debido a que en las mismas se tiene un contacto directo entre comprador y vendedor, por ende se conoce que, “para muchas

empresas, esta herramienta es también considerada como un fenómeno del proceso de venta”. (Rojas, 2016).

De acuerdo a lo que estipula el (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010), en su artículo 160, ferias internacionales, es un régimen especial aduanero por el cual se autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con suspensión del pago de tributos, por un tiempo determinado, destinadas a exhibición en recintos previamente autorizados, así como de mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración, libre del pago de tributos al comercio exterior, previo el cumplimiento de los requisitos y formalidades señaladas en el reglamento.

Adquisición de productos Feria Expo Kids en Ecuador

En la ciudad de Quito se realizó un evento denominado Feria Expo Kids, cuyo objetivo era realizar la promoción y conocimiento de marcas internacionales en base al segmento de mercado “niños”, es importante resaltar que las mercancías que ingresaron al territorio aduanero ecuatoriano no fueron en cantidades comerciales y se trataban de productos para la higiene, calzado, juguetes, libros entre otros considerados para el entretenimiento del público objetivo.

La problemática que surge es en lo que respecta a la adquisición de los productos mencionados con anterioridad, por tal motivo a continuación se detalla la resolución del caso práctico.

Como bien se mencionó en el apartado anterior, el régimen de ferias internacionales permite exceptuar de tributos a las mercancías que ingresen al territorio ecuatoriano con fines de promoción, degustación o decoración, que sean de permitida importación o se podrá omitir esta restricción siempre y cuando se justifiquen sus fines y a la vez las mismas no se presten para ventas de carácter comercial.

Para una mayor captación del tema planteado se presenta un esquema donde se detalla todo lo referente al Régimen de Ferias Internacionales, detallando los requisitos para acogerse a este, las mercancías admisibles, los plazos y culminación del régimen en mención.

Ilustración 7 Régimen de ferias internacionales



Fuente: COPCI

Elaborado por: La autora

De acuerdo a lo descrito en la legislación aduanera, la adquisición de productos dentro de una feria de carácter internacional si se puede realizar, siempre que se cumplan con todas las exigencias para la venta de las mismas, es decir la entrega de la factura la cual deberá contener el nombre de la feria donde se adquirió el producto y dirección, número de establecimiento o stand, nombre de la empresa expositora; las mercancías que hayan ingresado sólo con carácter promocional no podrán ser vendidas al menudeo por ningún motivo.

Según el Código Orgánico Integral Penal el incumplimiento de esta normativa conlleva a una defraudación aduanera acarreado consigo una multa de hasta diez veces el valor de los tributos evadidos con una pena privativa de libertad de 3 a 5 años cuando la cuantía supere los 150 salarios básicos unificados.

Con todo lo descrito en base a la normativa aduanera ecuatoriana, se hace referencia que en el presente caso práctico planteado, los productos presentados en la Feria Expo Kids realizada en la ciudad de Quito, no podrán ser adquiridos por ningún asistente de dicho evento, debido a que el fin de las mercancías que ingresaron al territorio aduanero ecuatoriano no venían en cantidades comerciales, algunas eran de prohibida importación a las cuales se les omitió la restricción por ser de carácter promocional y por dar a conocer una marca en el Ecuador.

CONCLUSIONES

- Ø Los mecanismos que presenta el comercio internacional para el beneficio de importadores y exportadores encaminados en principios de buena fe, equidad y transparencia, son considerados pieza clave para el desarrollo económico de los países, los procesos de comercialización que se están manejando hoy en día van encaminados de sistemas orientados a la mejora continua y a la internacionalización de las empresas.
- Ø El poder posicionar productos en mercados internacionales resulta un proceso complejo pero no difícil de conseguir, para ello una estrategia o herramienta idónea para concretar negociaciones fructíferas se centra en lo que son las ferias internacionales, debido a que este régimen especial aduanero permite tener un contacto directo con los demandantes de lo que se está ofertando.
- Ø En base a la adquisición de productos dentro de un evento de feria internacional se puede realizar sin ningún impedimento, siempre y cuando se cumpla con lo que estipula la legislación aduanera vigente, sobre todo respetando el fin (promoción, degustación, decoración) con el que ingresó dicha mercancía a territorio aduanero.
- Ø La promoción de mercancías que se exponen en ferias internacionales, son considerados como un recurso altamente globalizado, porque por medio de este, se da la integración de varios Estados, generando alianzas estratégicas entre ellos para un óptimo desarrollo de sus economías que repercutan en el progreso de sus sociedades.
- Ø El proporcionar un escenario beneficioso para a la comercialización de productos en ferias internacionales, genera un valor agregado en cuanto a la compra y venta de bienes primarios, secundarios o terciarios, permitiéndoles a las empresas estar siempre innovando y siguiendo las tendencias de los mercados, con el objetivo de prevalecer en el tiempo y generar ventaja competitiva en cada uno de las segmentaciones que exijan los mismos.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, D. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Scielo*, 62.
- Arévalo, K., Pastrano, E., & González, C. (2016). Análisis económico-financiero ante las reformas arancelarias. Caso de estudio: empresas importadoras de Ecuador. *Dialnet*, 479.
- Caridad, M., Hernández, M., & Castellano, M. (2015). Marketing experiencial para la promoción del proceso educativo a nivel de pregrado: Un estudio de dos universidades privadas. *Redalyc*, 86.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Guayaquil: Nueva Luz.
- Coronado, M., Córdova, A., García, M., Santiago, V., & Vásquez, R. (2013). Estrategias de mercado para productos elaborados a base de chilpetín en la sierra de Sonora. *Redalyc*, 364.
- Fernández, J. (2015). Régimen Competencial y relaciones intergubernamentales sobre aduanas. *Dialnet*, 2.
- García, I. (2017). Control aduanero y régimen sancionador en las exportaciones de el Perú. *Dialnet*, 322-323.
- Huamán, M. (2015). El sistema normativo aduanero del Perú. *Dialnet*, 217.
- Juárez, H., & Conde, T. (2015). La importancia de las aduanas en el proceso de integración MERCOSUR. *Scielo*, 256.
- Moreno, F. (2015). La relevancia del Derecho Aduanero en la actividad financiera del Estado: Reflexiones. *Redalyc*, 571.
- Rojas, A. (2016). Estrategia de negociación comercial a través de la participación en ferias internacionales para promover la exportación de productos artesanales caso: Organización: "Creaciones arte Ruby" en la feria colombiana Farex 2014-2015. *Scielo*, 68.
- Romero, A. (2015). El comercio internacional actual y la inserción externa de países en desarrollo: desafíos para la economía cubana. *Scielo*, 196.

- Romero, A. (2015). El comercio internacional actual y la inserción externa de países en desarrollo: desafíos para la economía cubana. *Scielo*, 192.
- Salom, L., & Sepúlveda, M. (2012). Canales de distribución y estrategias de comercialización para la flor colombiana en los Estados Unidos: un marco conceptual. *Redalyc*, 194.
- Zamora , A., & Navarro, J. (2015). Competitividad de la administración de las aduanas en el marco del comercio internacional. *Scielo*, 209.