



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE
MASCARILLAS KN95 PROVENIENTES DE CHINA HACIA ECUADOR

RIOS CAZARES PATRICIO ISRAEL
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE
MASCARILLAS KN95 PROVENIENTES DE CHINA HACIA
ECUADOR

RIOS CAZARES PATRICIO ISRAEL
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE MASCARILLAS KN95
PROVENIENTES DE CHINA HACIA ECUADOR

RIOS CAZARES PATRICIO ISRAEL
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

ARIAS MONTERO JORGE EDUARDO

MACHALA, 23 DE SEPTIEMBRE DE 2021

MACHALA
23 de septiembre de 2021

Complexivo

por Israel Rios

Fecha de entrega: 30-ago-2021 10:50p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1638652506

Nombre del archivo: DOC._TURNITIN_ISRAEL_R.docx (50.09K)

Total de palabras: 2717

Total de caracteres: 14659

RESUMEN

La globalización económica y el desarrollo del comercio internacional ha permitido que todos los países tengan acceso a los amplios mercados internacionales. China es un país que promociona una gran variedad de productos a un costo bastante accesible para las empresas minoristas.

La presente investigación tiene como objetivo analizar la rentabilidad de la importación de mascarillas KN95 provenientes de China para la comercialización en el mercado local, mediante la aplicación del régimen de importación a consumo.

La metodología de investigación parte desde una etapa exploratoria-descriptiva, utilizando como técnica la revisión documental a través de distintas fuentes secundarias.

Los resultados prácticos del presente trabajo de investigación proporcionan información actualizada sobre los costos de importación de mascarillas KN95 y además abre una línea para investigaciones futuras donde se pueda expandir en mayor medida el tema de estudio.

Palabras Clave: Importación, costos, comercio electrónico

ABSTRACT

Economic globalization and the development of international trade have allowed all countries to have access to extensive international markets. China is a country that promotes a wide variety of products at a fairly affordable cost for retail companies.

The objective of this research is to analyze the profitability of importing KN95 masks from China for commercialization in the local market, through the application of the import regime for consumption.

The research methodology starts from an exploratory-descriptive stage, using documentary review as a technique through different secondary sources.

The practical results of this research work provide updated information on the import costs of KN95 masks and also opens a line for future research where the subject of study can be further expanded.

Keywords: Import, costs, electronic commerce.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	5
NOCIONES TEÓRICAS.....	7
1. Importación a consumo.....	7
1.1 Costos en la importación.....	7
2. Barreras comerciales.....	8
3. Formas de pago internacional.....	8
4. Comercio electrónico.....	9
5. Precio competitivo.....	9
6. Valoración Aduanera	10
7. Proceso simplificado para la importación de Mascarillas.....	10
7.1 Requisitos para obtener el certificado INEN.....	10
DESARROLLO DEL CASO PRÁCTICO	11
8. Reactivo práctico.....	11
8.1 Descripción del producto a importar.....	11
8.2 Características específicas del producto.....	11
8.3 Embalaje.....	12
8.4 Proveedores.....	12
8.5 Cálculo de los costos de importación.....	13
8.6 Valor a pagar en Aduana.....	14
8.7 Precio de venta.....	14
8.8 Análisis de factibilidad del proyecto.....	15

CONCLUSIONES.....	16
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	17

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Especificaciones.....	11
Tabla 2 Embalaje.....	12
Tabla 3 Proveedores.....	12
Tabla 4 Costos de Importación.....	14
Tabla 5 Valor a pagar en Aduana.....	15
Tabla 6 Precio de venta unitario.....	15
Tabla 7 Análisis de factibilidad.....	15

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual, el desarrollo del comercio exterior está ligado principalmente a la globalización económica, este dinamismo da como resultado la creciente interconexión entre mercados y la agilización en los medios de producción para la satisfacción de la demanda mundial (Hidalgo, 2018).

Por lo tanto, siguiendo la corriente de este fenómeno las empresas deciden expandirse hacia los mercados internacionales con la finalidad de incrementar sus ventas e ingresos, ya sea mediante la exportación de materia prima, productos con valor agregado o la importación de mercancías para la comercialización en el mercado local.

Dado que, el entorno en el que se desenvuelven las empresas que deciden incursionar en los negocios internacionales se caracteriza por cambios continuos, la calidad e innovación en los productos, procesos y servicios se constituyen como factores para alcanzar y mantener la competitividad en el mercado (Capa, Benitez, y Capa, 2018).

Entrando en materia de las actividades de comercio exterior, el cálculo de los costos previo a una importación es de vital importancia ya que se configura como el punto clave para el éxito de una negociación, puesto que es el mecanismo que permite determinar la factibilidad de un proyecto, evaluar los riesgos y por consiguiente evitar pérdidas futuras.

En consecuencia, frente a la crisis sanitaria que atraviesan los países el presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la rentabilidad de la importación de mascarillas KN95 provenientes de china para la comercialización en el mercado local, mediante la aplicación del régimen de importación a consumo. La revisión de literatura se convierte en el punto de partida para la conceptualización de las nociones teóricas, recopilando información relevante sobre el régimen aplicado y los requisitos previos a una importación.

Siguiendo el hilo de lo expuesto, la metodología parte desde una etapa exploratoria-descriptiva, utilizando como técnica la revisión documental a través de distintas fuentes secundarias, la información recopilada de los principales proveedores servirá para dar cumplimiento al objetivo de estudio, ya que se recolectan valores reales que permiten realizar el cálculo de los costos de importación.

Por último, desde un enfoque descriptivo los resultados prácticos del presente trabajo de investigación proporcionan información actualizada sobre los costos de importación de mascarillas KN95 y además abre una línea para investigaciones futuras donde se pueda expandir en mayor medida el tema de estudio.

NOCIONES TEÓRICAS

1. Importación a consumo

En términos específicos, el proceso de importación se define como el ingreso de mercancías al territorio nacional aduanero, dentro de dicho proceso es donde se firma un contrato de compraventa internacional de mercancías con el objetivo de identificar las obligaciones y responsabilidades tanto del comprador como del vendedor.

Fundamentalmente, la importación a consumo es aquel régimen que permite el ingreso de mercancías de manera definitiva para la comercialización en el mercado local, cuyos procedimientos para su ejecución son establecidos por el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, además se establece que las mercancías ingresadas bajo este régimen podrán circular libremente en el territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación aduanera, que básicamente consiste en la liquidación de los tributos impuestos a la importación.

Es importante que al momento de realizar una negociación para realizar una importación los proveedores tengan la capacidad de ofrecer productos según las necesidades de los clientes, por ende, dicha necesidad debe ser satisfecha en tiempo, calidad y costos aceptables (González, 2016).

Resumiendo lo planteado, dentro del proceso de importación a consumo la logística internacional también desempeña un papel fundamental, ya que la elección del medio de transporte adecuado permitirá además de la conservación del producto, la optimización de los costos finales de importación (Hurtado., et al 2018).

1.1 Costos en la importación

Cuando una empresa decide realizar una importación, deberá realizar un cálculo de costos que le permitan identificar si dicha actividad es factible o no, por lo tanto, para Rodríguez (2016) la elaboración de una estructura adecuada de costos, parte desde la elaboración de un flujo que permita identificar todas las actividades que están relacionadas a dicho proceso.

Como resultado, desde el esquema mencionado anteriormente se podrá identificar la existencia de: costos de adquisición, costos directos de importación y costos indirectos de importación, entre los que tenemos:

- Precio de compra.
- Flete internacional.
- Seguro de las mercancías.
- Derechos aduaneros.
- Servicio de agente.

En adelante, se tomará como referencia la importación de mascarillas KN95, para el cálculo de los valores y determinar la factibilidad del proyecto.

2. Barreras comerciales

El proteccionismo en los mercados internacionales permite identificar que la aplicación desmesurada de barreras comerciales interfiere directamente con las actividades de importación, principalmente de los países en vías de desarrollo, bajo esta premisa Baena (2018) señala que en la actualidad las pequeñas empresas se encuentran seriamente limitadas por la aplicación de barreras tanto arancelarias como no arancelarias.

Siguiendo a Lozano (2017) las barreras no arancelarias se constituyen como políticas comerciales establecidas por los organismos gubernamentales, cuyo objetivo principal es proteger la producción local mediante la aplicación de cuotas o prohibiciones a la importación.

Retomando a Baena (2018), las barreras arancelarias se clasifican en tres tipos de aranceles:

- Ad Valorem.
- Específico.
- Mixto.

3. Formas de pago internacional

En el proceso de importación, el análisis y selección de la forma de pago adecuada es de vital importancia para el desarrollo exitoso de la negociación, ya que es el medio que tienen los operadores de comercio exterior para asegurar la llegada de la mercancía a territorio nacional.

Es así que, en la actualidad existen un sinnúmero de medios y formas de pago, sin embargo, Pico y Coello (2018) señalan que las partes involucradas en el contrato de compraventa internacional de mercancías buscan minimizar los riesgos que eventualmente se pueden presentar en la transacción, por lo tanto, la carta de crédito documentario es la forma más idónea para asegurar dicha transacción, ya que se encuentra respaldada por leyes y organismos gubernamentales que proporcionan mayor confianza y seguridad.

4. Comercio electrónico

Desde una perspectiva general, el comercio electrónico es una tendencia relativamente nueva y que va en aumento gracias a la globalización económica y el dinamismo de los mercados internacionales, de hecho, el internet no conoce fronteras y permite la rápida conexión entre clientes y proveedores en todas partes del mundo.

En el contexto de la crisis sanitaria, en Ecuador el número de usuarios y la cantidad de productos demandados en plataformas web según datos de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico representaron aproximadamente 500 millones USD en el primer trimestre del 2020, reflejando casi la mitad de ventas totales del año 2019.

Prospectivamente, el comercio electrónico se cataloga como la actividad de compra y venta de bienes y servicios mediante la utilización de medios digitales, para Sigmond (2018) existen tres categorías dentro de la ejecución del comercio electrónico:

- Negocio a consumidor.
- Negocio a negocio.
- Consumidor a consumidor.

En definitiva, los negocios electrónicos se constituyen como el motor de desarrollo para las pequeñas empresas, puesto que ofrece grandes ventajas como la reducción de costos,

facilidades al momento de negociar y la interconexión eficaz entre distintos clientes y proveedores (Perdigón, Viltres, y Madrigal, 2018).

5. Precio competitivo

El precio basado en la competencia, es una estrategia que proyecta los precios con base en decisiones de empresas que ya se han desarrollado dentro de un sector o segmento (Córdoba y Moreno, 2017).

Cuando se realiza la importación de un producto con un alto índice de competencia, la empresa debe formular una estrategia que le permita establecer precios en promedio similares o menores a los establecidos por el mercado. por lo general, estas estrategias suelen ser usadas por empresas minoristas que tienen la necesidad de atraer clientes.

6. Valoración Aduanera

La valoración aduanera, en términos específicos es el procedimiento aduanero aplicado para poder determinar cuál es el valor en aduana de las mercancías objeto de importación, cuyo valor sirve como base para el cálculo de la obligación aduanera, para Aguilar (2000) el valor determinado en aduana se constituye como la base imponible para el cálculo de los aranceles y otros tributos que eventualmente grava una importación.

Por otra parte, el valor de transacción también definido como valor realmente pagado o por pagar, es el principal método para realizar el cálculo del Valor en Aduana y básicamente es el valor real que el comprador pagó al proveedor por las mercancías importadas en el país de origen. (Gil, 2017)

7. Proceso simplificado para la importación de Mascarillas

Según el Servicio Ecuatoriano de Normalización (2020), las mascarillas de uso general previo a una importación deben:

- Obtener el Certificado de Reconocimiento INEN, bajo el cumplimiento de la normativa RTE INEN 181, que incluye los Equipos de Protección Respiratoria.

- Cumplir con los estándares estipulados en normas internacionales, principalmente del Instituto Nacional para la Seguridad y Salud Ocupacional.

7.1 Requisitos para obtener el certificado INEN

Según la página oficial del INEN, los requisitos obligatorios a presentar son:

1. Formulario de solicitud de Certificado de Reconocimiento INEN.
2. Factura comercial de compra en el exterior.
3. Comprobante de depósito realizado al INEN.

En adelante, el usuario deberá realizar el trámite en el ECUAPASS para una vez aprobado el trámite del certificado, nacionalizar la carga.

DESARROLLO DEL CASO PRÁCTICO

8. Reactivo práctico

La empresa desea incorporar más productos a su negocio, y necesita evaluar a varios productos y proveedores para importar desde China. El gerente de la empresa, necesita hacer un comparativo de costos entre 3 productos, para una toma de decisiones adecuada, basado en tiempos de entrega, capacidad de producción, calidad, calificación del proveedor y factibilidad financiera de acuerdo a los productos similares de venta en nuestro mercado. Se desea saber también el costo total del proceso de importación.

8.1 Descripción del producto a importar

La máscara o mascarilla Kn95, cumple con el estándar internacional del equipo protector respiratorio, la característica general de este tipo de mascarilla es que puede prevenir contagios por infección causados por salpicar fluidos corporales y sangre de personas, es de uso diario a diferencia de las mascarillas quirúrgicas.

La partida arancelaria del producto a importar es 6307.90.30.00 (Mascarillas de protección).

8.2 Características específicas del producto

En la siguiente tabla, se detallan las especificaciones técnicas que el producto debe cumplir para ser considerado dentro del análisis comparativo de costos y proveedores:

Tabla 1 Especificaciones

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
Tipo	Gancho de plano-doblez
Función	Protector diario
Material	Non-woven, Meltblown
Color	Blanco
Capa	5 plys
Estándar	GB32616 KN95
Duración	2 años
Especificación	95% PFE

Fuente: Global Sources (2021)

8.3 Embalaje

Se detalla las características del producto, para el embalaje y posterior envío:

Tabla 2 Embalaje

DETALLE	
Peso por unidad	190 gramos
Dimensiones por unidad	17 × 9.5 × 0.1 Cm
Dimensión del cartón	52 × 38 × 30 Cm
Unidades por cartón	2000 unidades
Peso del cartón	8000 gramos
Total, unidades a importar	50000 unidades
Total, cajas	25

Fuente: Global Sources (2021)

8.4 Proveedores

En la siguiente tabla, se muestra la información sobre los principales proveedores para el producto que desea importar la empresa:

Tabla 3 Proveedores

Variables	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
Nombre de la empresa	Guangdong Nuokang Medical Technology	Pluscare Healthcare (Hubei)	Yiwu Rynel Garment
Ciudad	Guangdong	Hubei Xiantao	Zhejiang
Cantidad	50.000	50.000	50.000
Precio por unidad	0.50	0.70	0.35
Calidad	A	A	A
Calificación del proveedor (de 6)	3	4	4
Tiempo de entrega	7 días	10 días	5 días

Fuente: Global Sources (2021)

Con la información recopilada, se puede dar paso al cálculo de los costos de importación.

8.5 Cálculo de los costos de importación

Tabla 4 Costos de Importación

COSTOS DE IMPORTACIÓN			
	PRODUCTO A	PRODUCTO B	PRODUCTO C
Unidades	50000	50000	50000
Valor	\$ 0,50	\$ 0,70	\$ 0,35
Valor de mercancía	\$ 25.000,00	\$ 35.000,00	\$ 17.500,00
Valor del flete	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Valor del seguro	\$ 265,00	\$ 365,00	\$ 190,00
Valor declarado en Aduana	\$ 26.765,00	\$ 36.865,00	\$ 19.190,00
Derechos arancelarios	\$ -	\$ -	\$ -
Derechos específicos	\$ -	\$ -	\$ -
FODINFA	\$ 133,83	\$ 184,33	\$ 95,95
IVA	\$ 3.227,86	\$ 4.445,92	\$ 2.314,31
Gastos administrativos	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Bodegaje en puerto	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00

Porteo del contenedor	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Gastos de aforo	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Gestión de certificados	\$ 247,00	\$ 247,00	\$ 247,00
Transporte interno	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00
Honorarios del agente aduana	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Comision de giro	\$ 250,00	\$ 350,00	\$ 175,00
Imp. Salida de divisas	\$ 1.250,00	\$ 1.750,00	\$ 875,00
COSTO TOTAL	\$ 33.763,68	\$ 45.732,24	\$ 24.787,26

Elaboración: el Autor

1. Como parte del análisis empresarial en la toma de decisión para la importación de mascarillas Kn95, provenientes de China, hemos analizado los precios que ofertan los proveedores A, B, C.
2. El total de unidades a importar es de 50.000, siendo una cantidad favorable, ya que en la actualidad por la crisis sanitaria que enfrenta el país, tiene gran demanda.
3. Se ha tomado el escenario de venta directa, ya sea a farmacias, centros médicos, o consumidor final, manteniendo el mismo precio de venta unitario.
4. Dentro del análisis, partiendo de una disponibilidad de capital de \$50.000, el proyecto resulta factible sin importar cual sea el proveedor.

8.6 Valor a pagar en Aduana

Tabla 5 Valor a pagar en Aduana

VALOR A PAGAR			
Derechos arancelarios	\$	\$	\$ -
	-	-	
Derechos específicos	\$	\$	\$ -
	-	-	
FODINFA	\$ 133,25	\$ 184,33	\$ 95,95
IVA	\$ 3.227,86	\$ 4.445,92	\$ 2.314,31
Total, a pagar	\$ 3.361,68	\$ 4.630,24	\$ 2.410,26

Elaboración: el Autor

8.7 Precio de venta

Tabla 6 Precio de venta unitario

PRECIO DE VENTA				
	Prod. A	Prod. B	Prod. C	
Costo unitario	\$ 0,68	\$ 0,91	\$ 0,50	
Utilidad	\$ 0,14	\$ 0,18	\$ 0,10	
Base imponible	\$ 0,81	\$ 1,10	\$ 0,59	
IVA	\$ 0,10	\$ 0,13	\$ 0,07	
Pvu	\$ 0,91	\$ 1,23	\$ 0,67	

Elaboración: el Autor

1. El precio de venta unitario, fue calculado con un margen del 20% de utilidad para la empresa.
2. En este contexto, se analiza además la fijación del precio basado en la competencia como estrategia de venta, ya que en la actualidad existe un alto índice de competencia en el mercado local, con precios unitarios que varían desde los 0,75 ctvs. a \$1.
3. Siguiendo la estrategia de fijación de precios competitivos, el producto C, es el más idóneo para ser comercializado por la empresa, con un precio de venta de 0,67 ctvs. ya que en la actualidad productos iguales y similares son comercializados por precios que varían desde los 0,75 ctvs. a \$1.

8.8 Análisis de factibilidad del proyecto

Tabla 7 Análisis de factibilidad

FACTIBILIDAD			
Unidades	50000	50000	50000
PVU	\$ 0,91	\$ 1,23	\$ 0,67
Total, ventas	\$ 45.500,0	\$ 61.500,00	\$ 33.500,00
Inversión	\$ 33.763,68	\$ 45.732,24	\$ 24.787,26
Utilidad	\$ 11.736,32	\$ 15.767,76	\$ 8.712,74

Elaboración: el Autor

1. La importación de 50.000 mascarillas, resulta rentable en los tres escenarios, sin embargo, siguiendo la línea de un precio competitivo, elegimos el proveedor C.

CONCLUSIONES

El objetivo principal del análisis de proveedores para la toma de decisiones al momento de realizar una importación, es abaratar los costos, para así obtener mayores ganancias, siguiendo el reactivo práctico que fue seleccionado, la importación de mascarillas Kn95, provenientes de China, resulta factible en los tres escenarios, ya que existe un capital de \$50.000 sin embargo, se deben analizar otros factores, como el precio de venta al consumidor.

Una vez realizado el cálculo de costos de importación, se determinó que el proveedor C permite que las mascarillas Kn95, sean comercializadas en el mercado local a un precio final de 0,67 ctvs. por lo que la importación de mascarillas Kn 95 desde China resulta un proyecto competitivo y altamente rentable considerando que aún existe una gran demanda de este producto.

En el escenario de venta, se consideró una utilidad del 20% para la empresa, por lo tanto, con el proveedor C, la inversión total en la importación de 50.000 mascarillas es de \$ 24.787,26 teniendo un total de ventas de \$ 33.500,00. La ganancia final es de \$8.712,74, en términos específicos nuestra inversión nos genera un 20% de rentabilidad.

La ventaja competitiva que mantiene la empresa, al ser una importación esporádica, es que mantiene precios aún por debajo de su competencia, lo que es respaldado por el cálculo de costos que se realizó previamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar, L. (2000). Nuevas reglas de valoración aduanera para la importación de mercancías. *THEMIS Revista de Derecho*(41), 205-210. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/11663>

Baena, J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(83), 543-562.

Obtenido de

https://www.researchgate.net/profile/Jose-Baena-Rojas/publication/328887543_Barreras_arancelarias_y_no_arancelarias_como_restricciones_al_comercio_internacional/links/5be9a836299bf1124fce0ecd/Barreras-arancelarias-y-no-arancelarias-como-restricciones-al-c

Capa, L., Benitez, R., & Capa, X. (2018). El Liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 273-284.

Obtenido de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202018000200285&lng=es&nrm=iso

Córdoba, C., & Moreno, D. (2017). La importancia de una buena estrategia de fijación de precios como herramienta de penetración de mercados. *Tendencias*, 18(2), 56-68. doi:<http://dx.doi.org/10.22267/rtend.171802.73>

Gil, L. (2017). El valor en Aduana. Obtenido de

http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/117139/1/TFM-CiF_GilAlfaro.pdf

González, N. (2016). Presentación: Transporte y Logística. *Transporte y Territorio*, 14(5), 1-4. Obtenido de

<http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/rtt/article/view/2425/2083>

Hidalgo, R. (2018). Tendencias del comercio internacional de bienes, políticas comerciales y negociaciones multilaterales. *Economía y Desarrollo*, 159(1), 135-153. Obtenido de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842018000100009&script=sci_arttext&lng=en

- Hurtado, B., Robles, J., Preciado, J., & Bañuelos, N. (2018). Logística de transporte y desarrollo local en organizaciones exportadoras de uva de mesa sonoreense. *Estudios Sociales, Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 51(28), 25-28. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v28n51/0188-4557-estsoc-28-51-00013.pdf>
- Lozano, A. (2017). Las Barreras no arancelarias como dificultad a superar para exportar a Canadá por productores Colombianos. *Logos, Ciencia y Tecnología*, 8(2), 221-234. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5177/517754056020.pdf>
- Perdigón, R., Viltres, H., & Madrigal, I. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12(3), 2227-1899. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rcci/v12n3/rcci14318.pdf>
- Pico, L., & Coello, R. (2018). Cartas de crédito como medio de pago que genera mas confianza en el mundo de los negocios internacionales. *Innova Research Journal*, 3(8), 26-33. Obtenido de <http://201.159.222.115/index.php/innova/article/view/613/716>
- Rodriguez, A. (2016). Costos Internacionales para Importar y Exportar. *QUIPUKAMAYOC Revista*, 24(45), 139-149. Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/12476/11163>
- Sigmond, K. (2018). El comercio electrónico en los tratados de libre comercio. *IUS*, 12(41), 359-377. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rius/v12n41/1870-2147-rius-12-41-359.pdf>