

**¿De que Manera la Empresa Macroscope Chile Limitada se ha Convertido en
una Fuente de Información, para la Toma de Decisiones en el Sector Empresarial en
América Latina?**

Jessica Alejandra Dueñas Calderón

Estudiante de Negocios Internacionales

Universidad Santo Tomás

jessica.duenas@usantoto.edu.co

Resumen

En el presente artículo de reflexión se analiza la importancia que tiene la información económica y comercial que brinda la empresa Consultora Macroscope Chile Limitada - DATASUR, a empresas Latinoamericanas, y cómo dicha información repercute en la toma de decisiones del sector empresarial. DATASUR se dedica al manejo y trato de datos de aquellos productos que son comercializados a nivel mundial.

Se realizó un estudio de los servicios e información estadística ofrecida por parte de DATASUR a las empresas Latinoamericanas, para identificar cuáles son los factores principales que influyen en la toma de decisiones comerciales y de inversión extranjera. Como resultado de este análisis se encontró que existen ciertas variables del cual, depende el buen funcionamiento y desarrollo de sus negocios.

De igual forma se identificó que las empresas Latinoamericanas en su mayoría deben revisar y replantear su idea inicial de negocio para lograr adaptarse a las nuevas

tendencias globales. En conclusión, se requiere contar con información tanto estadística como histórica que permita disminuir el nivel de incertidumbre de invertir en un nuevo mercado.

Palabras Clave

Toma de Decisiones – Oportunidad de Negocio - Análisis – Influencia - Incertidumbre.

Abstract

This article analyzes the importance of the information provided by the consulting company Macroscopic Chile Limitada, which is dedicated to the management and treatment of data of those products that are marketed worldwide. This information has an impact on decision making by the business sector in Latin America due to its wide experience and trajectory in the continent. A study of the services and statistical information offered by DATASUR to Latin American companies was carried out to determine how this information affects decision making by businessmen. As a result of this analysis, it was found that there are certain variables on which the proper functioning and development of their businesses depend.

It was also identified that most Latin American companies must review and rethink their initial business idea in order to adapt to new global trends, concluding as necessary the opening and development of new markets, in which the support generated by new tools that facilitate and expedite the process of business and regional expansion in favor of social development is necessary and fundamental.

Key Words

Decision Making - Business Opportunity - Analysis - Influence - Uncertainty.

Introducción

La finalidad del presente artículo, es determinar por un lado las necesidades que prevalecen en el sector empresarial y en segunda instancia profundizar el mecanismo de apoyo que antepone Datasur.com como objeto y herramientas que promociona y promueve el comercio internacional; esto parte de la necesidad de suplir las necesidades de su población, ya que a su vez cada nación no cuenta a cabalidad con todos los recursos fundamentales y necesarios para poder subsistir, por lo tanto, el primer autor en impulsar esta teoría fue Adam Smith, este en sus diversos fundamentos promueve el idealismo de comercio entre las diversas regiones con el fin de satisfacer dichas necesidades.

Para llegar a construir el concepto y la base que hoy se tiene sobre “comercio internacional”, a lo largo de los años se ha contado con el aporte de diversas ideologías y teorías de grandes autores, quienes, lograron destacarse en diferentes ámbitos y marcaron un antes y un después en la historia. (*Qué Es Economía* - Santiago, n.d.)

Por tal motivo es importante mencionar que Adam Smith es considerado y llamado el padre de la economía clásica, este fue uno de los autores más relevantes e importantes ya que a lo largo de su trayectoria se destacan grandes estudios, entre ellos el crecimiento económico, la libre competencia, el liberalismo y la economía política; una de las ideologías más importantes fue el pensamiento sobre la creación de una economía de mercado en donde se permitiese el libre comercio. Al intercambio entre bienes materiales y no materiales (sin la obtención de un beneficio económico de por medio), se le conoció o se le llamó "trueque" el cual dio origen a las primeras formas de comercio, según Smith esta es una práctica natural necesaria del ser humano para la cual debe existir previamente el excedente y la división del trabajo, la primera de estas recae en el exceso de bienes que no necesitan consumirse y la

segunda dependerá de la necesidad de un bien que no es producido por sí mismo. (Sevilla Arias, 2015)

Si se expone dicho pensamiento ideológico se llegaría a pensar que gracias a esta interacción “exceso de producción y bien no producido” es cuando se desarrolla el ámbito comercial e interviene la necesidad de implementar un libre tránsito de mercancías para poder suplir a cabalidad con las necesidades de una sociedad saciante de recursos, esto en otros términos se le llama oferta y demanda, donde oferta viene siendo según su definición por la real academia como: “ Un conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado”, demanda es “ La cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad”. (“Diccionario de la lengua española”). (*Demanda | Definición | Diccionario De La Lengua Española | RAE - ASALE*, 2022) En resumidas cuentas la ley de la oferta y la demanda se convierten no solo en un principio, sino que además se transforma en la base para otras teorías y modelos económicos sobre los que se fundamenta la economía de mercado. En síntesis, esta relación entre la demanda de un producto y su cantidad ofertada debe tomar en cuenta las cantidades existentes y disponibles, esto será necesario para cubrir la mayor cantidad de mercado posible. (*Ley De Oferta Y Demanda - Definición, Qué Es Y Concepto*, n.d.)

Para poder avanzar con este concepto ideológico Smith profundizó su teoría de la división del trabajo en el Siglo XVIII, esto con el fin de aumentar los niveles de productividad y eficiencia en la economía, propuso la sonada frase “*laissez faire – laissez passer*” (dejar hacer - dejar pasar) así como la optimización de la productividad de las empresas en relación con el correcto engranaje de los procesos de especialización de la mano de obra. Esta teoría y de hecho en relación a la misma existe un libro llamado “La riqueza de las Naciones” escrito el cual consiste en que aquellos países que mayormente se especializan en cierto producto deben seguir fabricando y produciendo el mismo para poder ser

comercializado entre las distintas regiones, de allí proviene la frase “dejar hacer - dejar pasar”, pero dicha teoría carece de fundamentos y criterios, del cual, surgieron efectos que repercuten de forma negativa entre los países comerciales, esto debió a que habían unos países más fuertes que otros hablando en términos de productividad, generando así una desigualdad; los países mejor consolidados se encargaron de acumular metales preciosos como el oro, la plata y el bronce utilizados en la época para poder realizar las transacciones comerciales, a tal punto, que los países “menos favorables” no llegaban a cumplir con la cuota necesaria de comercio debido a la escasez económica de dichos metales, por lo cual, no había forma alguna de generar una interacción comercial. (*¿En Qué Consiste La División Del Trabajo Propuesta Por Adam Smith?*, n.d.)

Entonces cómo poder transformar dicho impacto negativo en positivo, pues bien David Ricardo dentro de su planteamiento ideológico mencionaba que “la distribución y el desarrollo de una teoría, la cual, abarcase la generación de una ventaja comparativa, marcaría la diferencia” mediante esta se defendía la idea de que aunque los países no fueran potencias en la producción de ningún bien concreto, debían especializarse en aquella fabricación que le proporcionasen menor desventaja o mayor ventaja en materia de comercio internacional”. Esto en pocas palabras quiere decir que, si cierto país, es bueno produciendo por ejemplo aguacate y otro país es buen fabricante de piezas de automóviles, estos deben especializarse en aquello que les es más favorable producir, en sí, esto a la larga ahorrará tiempo, trabajo, esfuerzo y dinero; dichos factores pueden ser de gran utilidad para impulsar nuevos objetivos estratégicos empresariales de crecimiento. (*David Ricardo: Del Valor Del Trabajo Al Salario De Subsistencia*, 2018).

De acuerdo con David Ricardo, autor que tuvo un fuerte impacto en el desarrollo de la teoría económica y el Tratado de Economía Política abarcando temas “sobre comercio exterior” a través de la ley de la ventaja comparativa y la importancia de la interacción

voluntaria de la división internacional del trabajo. (*El Principal Aporte De David Ricardo, La Ley De Las Ventajas Comparativas, ¿O No Era De Ricardo?*, 2014). Los procesos de globalización que se han desarrollado durante las últimas décadas han conducido a que los países se especializan de acuerdo con sus ventajas comparativas. Este término de “ventaja comparativa” fue utilizado por primera vez por Adam Smith, en la cual menciona que un país debe especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que produce eficientemente (con menor costo), es decir, donde se obtenga una ventaja absoluta. Complementando esta ideología, para que pueda haber una buena relación comercial entre los países, David Ricardo propone una diferenciación entre los precios relativos establecidos entre dos o más países, construyendo así una base de las actividades comerciales y persiguiendo la obtención de un beneficio mutuo; cabe resaltar que a medida que X país se especializa en la producción de un bien, su ventaja comparativa aumentará y su nivel de producción incurrirá en costos de oportunidad de forma creciente; esto generará una diferencia notoria debido a que los precios son relativos de acuerdo al bien producido y tenderán a igualarse en ambos países. (*De La Ventaja Comparativa a La Ventaja Competitiva: Una Explicación Al Comercio Internacional*, n.d., #).

Es importante conocer el concepto de la larga lista de autores que persiguen la misma ideología expansionista y de la cual participaron en la construcción global del comercio exterior, predecesores autores de la economía clásica como John Maynard Keynes en su obra “La Teoría General de la Ocupación, el Interés y el Dinero”; haciendo alusión a los economistas anteriores a Keynes, (David Ricardo, Londres, 18 de abril de 1772 – Gatcombe Park, 11 de septiembre de 1823). Menciona que para la época de 1930 la teoría keynesiana se desarrolla dentro de los procesos de internacionalización, caracterizando a esta por la movilización de mercancías, servicios y capital entre naciones; así como también por la globalización que genera interacción e interdependencia entre factores y actores dentro de un

proceso productivo, con la aparición de las grandes multinacionales y de las fusiones y adquisiciones de empresas como estrategias para eliminar la competencia y hacer prevalecer los monopolios, rasgos distintivos claves del neoliberalismo actual. (Martínez & Wals, 2014)

En relación con dicho proceso productivo, los factores condicionantes de desarrollo y crecimiento dependen en gran medida a la capacidad de respuesta que ejercen las empresas dentro del ámbito competitivo internacional. Pero ¿Cómo funcionan y se adaptan estas estrategias competitivas a los tiempos de cambio?; pues bien, según la Universidad Tecnológica del Perú (UTP), las estrategias competitivas son un factor variante de las distintas posibilidades que dispone una empresa para posicionarse dentro de un mercado, estas les permitirán ubicar su valor diferenciador y exploratorio en beneficio de ganar terreno frente a la competencia. Esta diferencia repercute en el éxito o fracaso de las compañías, vinculado a la adecuada toma de decisiones estratégicas con base en la propuesta de valor y en la ventaja competitiva que el negocio ofrezca al mercado para el cual se desee vincularse. (*Estrategias Competitivas: ¿Cómo Funcionan Y Cómo Se Adaptan a Los Tiempos De Cambio?* - Blog Postgrado | EPG UTP, 2021)

Para Alvin Toffler, la estrategia recae en la importancia que se le da al manejo de la información dentro del comercio exterior, esto para el empresario le permite generar una apertura de nuevos nichos de mercado y del “manejo del mundo” en general. Para este escritor, sociólogo, futurista o futurólogo estadounidense, cualquier individuo está en la posición de disponer de dicha información; las telecomunicaciones, el internet, los libros y en general todo aquel dispositivo audiovisual funciona como un mecanismo de transmisión de la información, para Toffler la información se convierte en un privilegio estratégico cuando se sabe usar e implementar, el manejo y el trato de los mismos datos genera riqueza. (*De Las Principales Técnicas Y Enfoques En Administración: Un Recorrido Evolutivo Desde La Sociedad Industrial a La Sociedad De La Información*, 2007, #).

Se dice que el trabajo en equipo aumenta el cubrimiento de las posibilidades existente, generando así un mayor éxito, por lo tanto, el manejo de la información adquirida a través de los diversos medios debe utilizarse de forma estratégica y objetiva, para ello el término “Joint Venture” según la historia, es un tipo de alianza del cual puede se puede guiar hasta los años de 1920 en donde primero fueron los empresarios americanos quienes implementaron dicho término, poco tiempo después siguieron su ejemplo otras naciones exportadoras, de modo que al finalizar la Segunda Guerra Mundial el concepto ya se había extendido globalmente. *(Martínez & Wals, 2014)*

DATASUR cuenta con una variabilidad de alianzas estratégicas, que han permitido ser más competitivo y capaz de lograr un incentivo como mecanismo interconector y medio comunicativo entre las principales entidades de fuentes de información de desarrollo comercial y el sector empresarial.

En el siglo XXI muchas veces se ha escuchado mencionar dentro de las conversaciones de los empresarios el término alianza estratégica, más conocido como “Joint Venture” pero ¿por qué este término es tan importante para los empresarios en la actualidad? Pues bien según Txema Sánchez, menciona que actualmente existe una economía que promete en gran medida un crecimiento exponencial debido a la apertura de mercados a nivel internacional, por lo tanto, las empresas tienen el deber de adaptarse a estos mercados cambiantes, mediante las alianzas estratégicas empresariales, este concepto se define como “acuerdos comerciales diseñados para lograr un objetivo particular o común con el fin de generar nuevos clientes, aumentar fortalezas y disminuir debilidades”. *(Joint Venture: Las Claves De Las Alianzas Estratégicas - IONOS, 2018)*.

Este tipo de alianzas son una excelente opción de crecimiento para del sector empresarial, las pymes pretenden expandir sus negocios y abrir nuevos mercados tanto a

nivel nacional como internacional, pero para lograr dicha finalidad, estas se deben basar en el trabajo por un objetivo privado y común; de tal forma que se permita compartir recursos, información, experiencias y habilidades que permitan agilizar el proceso de expansión con mayor efectividad, rapidez y seguridad. (*Mipymes En América Latina: Un Frágil Desempeño Y Nuevos Desafíos Para Las Políticas De Fomento*, n.d.)

Las alianzas estratégicas a nivel internacional permiten la transferencia tecnológica, el acceso a nuevos mercados y canales de distribución, mejoran las capacidades comunicativas, permiten generar una mayor capacidad de inversión de capital, en la cual, se permite desarrollar nuevos nichos de mercado, así como para combatir de forma estratégica nuevos competidores externos, en resumidas cuentas las alianzas estratégicas funcionan como mecanismo de apoyo que interviene en el desarrollo no solo a nivel empresarial sino que también involucran la posición de las diversas industrias y la calidad de vida de la ciudadanía a nivel mundial. Es por ello que es necesario comprender que tipos de alianzas estratégicas y organizacionales pueden ser de suma importancia para los empresarios del hoy y a nivel general para el Comercio Internacional.

Entonces, para poder centralizar los mecanismo de apoyo en el comercio exterior de por medio se encuentra la estrategia y las alianzas, si juntamos dichos factores determinantes, se puede definir que las alianzas estratégicas son: “la necesidad de sobrevivir y tener éxito con altos estándares y niveles de competencia en un mercado global, genera la necesidad mejorar la operación interna, para así poder atender la demanda futura “ las empresas buscan de las alianzas estratégicas generadas obtener cadenas productivas para competir exitosamente. (*Ventajas De Las Alianzas Comerciales*, n.d.).

Con el aumento de los acuerdos comerciales entre los distintos países y regiones del mundo, todas las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en algún momento de su

trayectoria empresarial se ven sometidas a grandes cambios no solo en el entorno, sino también a nuevas formas de consumo, por lo tanto, frente a este panorama competitivo las empresas necesitan nuevas de nuevas formas estratégicas para poder atender las necesidades y demanda de la comunidad, por lo tanto, el manejo de la información, la conformación de alianzas, formar alianzas estratégicas entre los integrantes de las cadenas productivas son una excelente forma de mejorar la competitividad y la eficiencia entre todos los actores. Ante este fenómeno competitivo sobrevive quien mejor define y utiliza sus habilidades. (*Ventajas De Las Alianzas Comerciales*, en.).

A lo largo de la historia y de los escritos y teorías expuestas por los diversos autores influyentes en el desarrollo del ámbito comercial y empresarial, para términos de comercio exterior, sobresalen aquellos países que mejor se adaptan a las necesidades de la época, bien es sabido que el mundo desde su creación siempre ha estado dividido en dos partes, la diferencia entre los grupos humanos han existido desde los inicios mismos de la humanidad y su creación, dividiendo aquellas regiones más favorecidas con potencial, para la agricultura creando así imperios y sometiendo a otros grupos menos favorecidos ante sus normas y creencias. Esto, algunos años después género desigualdad produciendo nuevas necesidades, para aquellos países que gracias a su gran poder acumularon grandes cantidades de capital producido por el desarrollo industrial mayormente imponente en unos continentes que, en otros, como lo es el caso del continente europeo o Norteamericano, donde a comparación de continentes como el Suramericano o Africano la diferencia es notoria, esto connotado actualmente como países desarrollados y en vía de desarrollo. Los países en vías de desarrollo son aquellos que son mayormente proveedores de materias primas y mano de obra, en comparación con los países desarrollados que cuentan en su mayoría con tecnología y recursos económicos. (Paglialunga, 2016).

A manera de hipótesis y en base a la información recopilada y clasificada durante los anteriores párrafos, se puede determinar el amplio panorama de la necesidad de las empresas por incorporar nuevas herramientas y metodologías estratégicas y tácticas que les permitan llegar a sus objetivos primordiales de crecimiento, posicionamiento y estabilidad dentro del sector empresarial a corto, mediano y largo plazo, DATASUR en su ejercicio diario, busca que los empresarios del continente latinoamericano puedan generar una ventaja competitiva dentro del mercado nacional e internacional. Mediante este artículo se pretende analizar el impacto que genera la empresa Consultora Macroscopic Chile Limitada en la toma de decisiones de las (Pymes), así como las alianzas estratégicas y la información comercial que DATASUR ofrece, así como el alcance y el impacto que como aliado estratégico fomenta para la toma de decisiones y que influyen de forma positiva o negativa dentro de su desarrollo.

Reflexión

Figura 1

Imagen comercial



Nota. El gráfico representa la imagen comercial de la empresa MACROSCOPE Chile Ltda. Tomada de la página web de la empresa: <https://www.datasur.com>

La Empresa Consultora Macroscope Chile Limitada (Datasur.com) es una empresa chilena creada en la capital y ciudad de Santiago de Chile en el año 2000, sus fundadores Pablo Morales y Renato Andrades fueron quienes decidieron crear y concretar la idea de negocio de fundar una plataforma web especializada en la data de comercio exterior, esto con el fin de estar a disposición de cualquier empresa a nivel mundial. El objetivo primordial de su creación es contribuir a que las pymes puedan tomar mejores decisiones, así como la búsqueda de nuevos clientes, proveedores y mercados a nivel global.

Como su logo lo indica, Data proviene de información y Sur del continente suramericano, que, en sí, es su fuerte en el desarrollo y obtención de la información. Las alianzas con las aduanas, las cámaras de comercio y las asociaciones son un punto clave para brindar una información más detallada, certera y adecuada. Datasur al recolectar dicha información, la clasifica, la limpia, la consolida y la trabaja con el fin de entregarle al empresario un producto clave y de calidad, gracias a la realización de dicho ejercicio la información es más rápida y detallada.

Datasur cuenta con presencia en los cinco continentes del mundo, en Europa, África, Asia, Norteamérica y Suramérica. Esto les permite a los empresarios tener una visión más amplia de los mercados potenciales existentes; mercados extranjeros atractivos para la comercialización de sus productos o bien sea para búsqueda mejores oportunidades de compra.

Esta empresa cuenta con siete tipos de servicios: Datamérica, Dataactiva, Dos tipos de Servicios, Estudios, Alianzas, Contacto. A parte de que Datasur cuenta con información estadística, también presta otro tipo de servicios complementarios, para el cumplimiento de los objetivos y necesidades del empresario.

Tabla 1*Descripción de los servicios ofrecidos por Datasur.com*

Servicio prestado	Descripción del Servicio	Países
Datamérica	Cuenta con el top 100 de los principales importadores, exportadores y de los productos más demandados durante el año, así como los principales orígenes y destinos.	1. Argentina 2. Bolivia 3. Brasil 4. Canadá 5. Chile 6. Colombia 7. Costa Rica 8. Ecuador 9. Estados Unidos 10. Guatemala 11. Honduras 12. México 13. Panamá 14. Paraguay 15. Perú 16. Uruguay 17. Venezuela
Dataactiva	Buscamos lograr que el comercio exterior esté en la agenda de las autoridades y hacer entrega, por medio de acciones concretas, de alto nivel e	

	impacto, competencias e información para quienes se desempeñan dentro de este importante sector de la economía.  Eventos y seminarios Los temas más relevantes del Comercio Exterior	 Noticias de Comex Los principales hechos del Comercio Exterior chileno (entidades, asociaciones y prensa)  Capacitaciones Que aporten a situaciones reales y estratégicas del Comercio Exterior en tu empresa
Estudios Sectoriales	Sectoriales: El desarrollo de diversos tipos de estudios e informes de mercado, y para una variada gama de clientes, Instituciones públicas y privadas, así como también, para asociaciones comerciales y gremiales de diversos sectores de la industria. Bilaterales: Estadísticas de los acuerdos comerciales entre dos países, principalmente con Chile.	1. Industria Cárnica 2. Mercado plástico en Chile 3. Importaciones maquinarias en Chile 4. Industria Química 5. Boletín estadístico transporte de carga aérea 6. Boletín estadístico transporte de carga marítima 7. Boletín estadístico transporte de carga terrestre
Estudios Bilaterales		1. Chile - Argentina 2. Chile - España 3. Chile - Bélgica 4. Chile - México

Alianzas	Datasur.com cuenta con una red de aproximadamente cincuenta alianzas, con cámaras de comercio y asociaciones, que cuentan con información relevante que fomentan la participación en el mercado internacional y nacional. 	1. Algo chile- Asociación logística A.G. 2. Asexma- Chile Exportador 3. Asia Pacific - Cámara de Comercio 4. Cámara Chileno-Argentina 5. Cámara Oficial Española de Comercio de Chile 6. Cámara- Chileno Brasileña 7. Cámara de Comercio Chileno- Colombiana 8. Cicmex, Cámara Chileno-Mexicana 9. Camindia, Cámara Chileno india de Comercio. 10. Asipla 11. ComexPerú 12. Aseplas, Asociación de plásticos 13. Aseaci, Asociación ecuatoriana de carga 14. Cadexco 15. Crexex 16. Cámara de comercio de Costa Rica 17. Colperú 18. Ng.logísticas 19. Fedexport 20. Agexport...
Contacto		1. Brasil 2. Colombia

	Este es un mecanismo de contacto para cada uno de los siguientes países.	3. Ecuador 4. España 5. Francia 6. Guatemala 7. Paraguay 8. Perú 9. Unión Europea
Online	Este tipo de servicio se puede encontrar dentro de la plataforma, es un motor de búsqueda que cuenta con información amplia con más de 50 países, en este se puede encontrar al detalle las exportaciones o importaciones, valores, productos, marcas, impuestos entre muchos otros datos acerca del mercado comercial.	1. Suscripción a un país, 2. Suscripción a cinco países, 3. Suscripción al acceso de países limitantes 4. Suscripción al full acceso.
Offline	Son reportes por posición arancelaria o ID de empresa, con el fin de hacer seguimiento mensual de esta información, en base a los criterios mencionados anteriormente u otros preestablecidos con el cliente. ● Bases de datos - Reportes - Estudios de Mercado.	1. Brasil 2. China 3. Etiopía 4. Indonesia 5. India 6. Kenia 7. Kazajstán 8. México 9. Filipinas 10. Pakistán

		11. Federación de Rusia 12. Ucrania 13. Uganda 14. Uzbekistán 15. Sri Lanka 16. Pakistán
--	--	---

Nota. Elaboración propia con información tomada la empresa Consultora Macroscopic

Chile Limitada – Datasur

Aduanas Detalladas: Estas aduanas brindan más información con referencia a las aduanas estadísticas, permiten tener acceso a la información de las declaraciones de ingreso y salida de los productos del importador y exportador. La información obtenida de estas aduanas es muy detallada y amplia.

Tabla 2

Acceso a la *información* por criterio de Membresía.

Aduanas Detalladas		Países	
• Día	Número de Bultos	1.	Argentina
• Mes	Número de Manifiesto	2.	Bolivia
• Año	Fecha de Manifiesto	3.	Chile
• Número de Aceptación	Documento de transporte	4.	Colombia
• Aduana	Declarante Autorizado	5.	Costa Rica
• NIT del Importador	NIT Declarante	6.	Ecuador
• Importador	Bandera	7.	Guatemala
• Dirección Importador	Régimen de Importación	8.	México
• Fono Importador	Tasa de Cambio	9.	Nicaragua
• Partida Arancelaria	Valor Flete	10.	Panamá
• Descripción Arancelaria	Valor Aduana	11.	Paraguay

● País de Origen ● País de Procedencia ● Vía de Transporte ● Forma de Pago ● Proveedor ● Dirección del Proveedor ● Ciudad país Proveedor ● País Exportador ● Porcentaje Arancel ● Cantidad ● Unidad Comercial ● Flete ● FOB ● Seguro ● CIF ● Peso Neto ● Peso Bruto	Departamento Importador Lugar de Ingreso Municipio Importador Porcentaje IVA IVA pagado Número de Aceptación	12. Perú 13. Uruguay 14. Venezuela
● La información de cada país varía según el régimen aduanero y las leyes establecidas por cada país para su divulgación.	Se cuenta con información específica del importador o exportador.	
Aduanas Estadísticas		Países
● Mes ● Año ● Estado de Origen ● Provincia ● Partida Arancelaria ● Descripción Arancelaria ● País de Origen ● Vía de Transporte	1. Australia 2. Bolivia 3. Brasil 4. Canadá 5. China 6. Costa Rica 7. El Salvador 8. Estados Unidos 9. Guatemala	

• Cantidad • Monto FOB de la Importación • Unidad Comercial • Posición Arancelaria	10. Honduras 11. India 12. Japón 13. México 14. Nicaragua 15. Puerto Rico 16. República Dominicana 17. Unión Europea
• La información de cada país varía según el régimen aduanero y las leyes establecidas por cada país para su divulgación.	Las Aduanas estadísticas no cuentan con información específica del importador o exportador.
Manifiestos de Carga	Países
Son los registros de los movimientos de carga aéreos o marítimos de importadores o exportadores, datos obtenidos de los principales puestos de cada país, de estos se puede obtener los nombres de los embarcadores principales, así como de sus consignatarios.	1. Panamá 2. Uruguay 3. Colombia 4. Ecuador 5. Estados Unidos 6. Perú 7. Venezuela

Nota. Elaboración propia con información tomada la Empresa Consultora Macroscop

Chile Limitada – Datasur

La tabla anterior, expone los campos de información establecidos para Colombia y Canadá, dichos criterios pueden llegar a variar según sean las leyes aduaneras para cada país, por lo tanto, funcionan como una guía instructiva para determinar la cantidad y calidad de la información que se puede llegar a obtener dentro de las Aduanas Detalladas, Estadísticas y los Manifiestos de Carga según sea su criterio de búsqueda. Al contar con dicha información,

las empresas pueden establecer aquellos factores más relevantes, claves y estratégicos (dependiendo el sector) permitiéndoles así potencializar sus negocios y poner en cierta posición de ventaja.

Según Michael Porter en su libro titulado “Estrategia competitiva” para poder determinar cuál es el valor diferenciador de DATASUR frente a sus competidores (plataformas digitales relacionadas al comercio internacional), cualquier negocio antes y durante su trayectoria debe realizar un análisis y medición de su competencia, esta se puede realizar a través de las llamadas 5 fuerzas de Porter. (*Qué Son Y Cómo Se Utilizan Las 5 Fuerzas De Porter* | Blog Becas Santander, 2022).

Desde el punto de vista estratégico empresarial, Datasur recopila estas cinco fuerzas para poner un valor diferenciador ante sus clientes; 1. La amenaza de entrada de nuevos competidores, 2. La rivalidad entre competidores existentes, 3. La amenaza de productos y servicios sustitutos, 4. El poder de negociación del proveedor y el poder de negociación del cliente.

Figura 2

Búsquedas disponibles dentro del acceso por membresía



Nota. Tomada de Consultora Macroscopic Chile Limitada - Datasur, 2022.

La información disponible para cada país es diferente debido a la reglamentación aduanera, la fecha que aparece en amarillo es la última fecha de actualización de la información, para el caso de Perú la data es actualizada casi que a diario. Para los países de Chile, Perú y Uruguay la información viene a muy al detalle en cuanto a las especificaciones del producto, en comparación con Colombia donde se permite obtener información como por ejemplo del correo electrónico, LinkedIn de contacto, dirección de residencia y teléfono; los campos de información de un país a otro pueden llegar a variar, al igual que dependerá del usuario tomar los campos a considerar según lo sea su necesidad.

Figura 3

*Información relevante para la búsqueda de nuevos clientes o proveedores. Ej.
(CAFÉ - Partida arancelaria: 0901120000)*

jduenas@datasur.com

registros encontrados 325

exportar a excel

MOSTRANDO 10 REGISTROS POR PAGINA

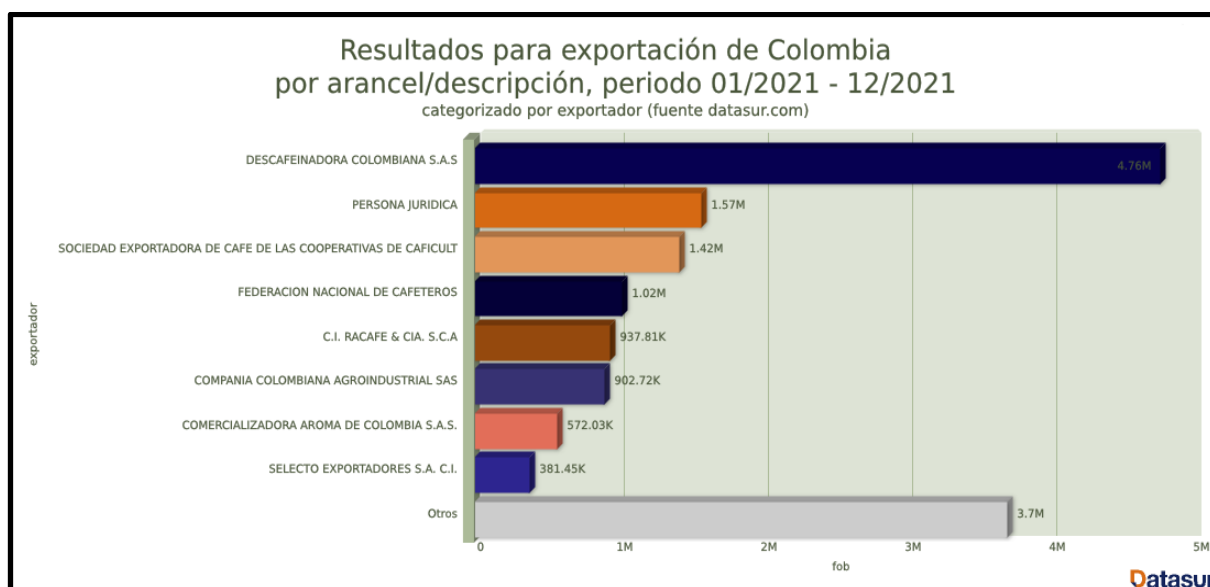
DÍA	MES	AÑO	NUMERO DE ACE	ADUANA	NIT EXPORTADOR	EXPORTADOR	DIRECCIÓN
10	8	2021	6007681863981	BUENAVENTURA	900737548	COCORA COFFEE SAS	CL 14 4 35
30	8	2021	6007682459651	BUENAVENTURA	900531114	AIM CAFE S.A.S.	CL 14 4 35
9	8	2021	6007681811420	CARTAGENA	860000996	C.I. RACAFÉ & CIA. S.C.A	0
12	8	2021	6007681974020	CARTAGENA	900379714	COMERCIALIZADORA AROMA DE COLOMBIA S.A.S.	0
26	8	2021	6007682651304	SANTA MARTA	901089630	SIRUMA COFFEE S.A.S.	CL 72 10 07 OF

Nota. Tomada de Consultora Macroscopic Chile Limitada - Datasur, 2022.

Las bases de datos son conocidas por su gran aporte estadístico e informativo en el entorno comercial y económico; sobre todo en el comercio exterior, de estas se suelen obtener grandes cantidades de información almacenada de forma sistemática y ordenada; con el fin de acceder de una forma más rápida, detallada, confiable y precisa a la hora de elaborar un informe o para la toma de decisiones de forma estratégicas. Entre otros temas de interés comercial, este tipo de información puede llegar a servir para definir “el Qué, el Cómo y el Cuándo” se debe realizar un negocio, esta clasificación de datos al igual funciona como un tipo de indicadores económicos y sociales correspondientes y relevantes para la región. (*Base De Datos Para Negocios Internacionales*, 2017).

Figura 4

Ranking y Gráficas generadas para cada búsqueda específica



Nota. Tomada de Consultora Macroscopic Chile Limitada - Datasur, 2022.

Son importantes los apoyos visuales debido a que se transforma la información escrita o verbal en información visual, con el objetivo de mejorar la comprensión del lenguaje oral, este estímulo es clave y de suma importancia para facilitar su comprensión. Estas

gráficas son formadas a partir de los datos generados dentro de la búsqueda, dichas comparaciones pueden llegar a ser de tres formas: 1. Entre empresas según sea el caso para exportación o importación, 2. Para el país de origen o de destino y 3. La categorización de aquellos productos por (partida arancelaria) mayormente demandados o comercializados. (IMPORTANCIA DE LOS APOYOS VISUALES ¿Qué Son Los Apoyos Visuales?, n.d.).

Figura 5

Análisis estadístico comparativo de exportaciones e importaciones



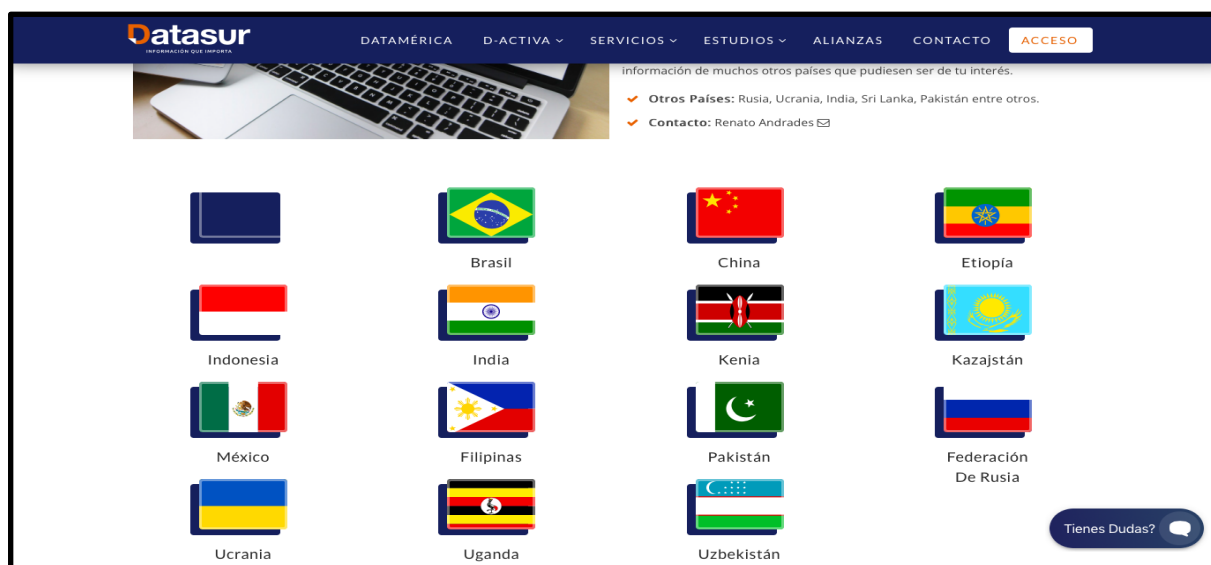
Nota. Tomada de Consultora Macroscopic Chile Limitada - Datasur, 2022.

Datasur ofrece tres tipos de comparación estadística: 1. Productos importados o exportados de una compañía en particular, 2. El comportamiento de determinado producto en cierto periodo de tiempo y 3. La cantidad importada o exportada de dicho producto para cierto país de interés. Este nivel de comportamiento estadístico de carácter internacional sirve como mecanismo de apoyo para medir el tamaño económico, el nivel de precios y el nivel de bienestar material de cada país, región y del mundo entero en general. Esta herramienta contribuye a la realización de comparaciones a nivel internacional, estos involucran el producto interno bruto de cada región y sus componentes del gasto, con base en paridades de

poder de compra, que son tasas de conversión y deflatores espaciales de precios. (*Inicio Temas Comparaciones Internacionales*, n.d.).

Si se sustraen aquellos fragmentos más relevantes, para el comercio internacional, tenemos que empezar por definir qué es el crecimiento empresarial, ya que, para la economía de cada país es de suma importancia contar con un crecimiento empresarial, según inmarketing se puede definir como crecimiento empresarial a aquellos logros de mejora continua, generada inicialmente por una adecuada planificación estratégica con un único fin, alcanzar aquellos objetivos y metas que logren generar un crecimiento, como por ejemplo: 1. El aumento en el volumen de las ventas de bienes materiales y no materiales, 2. El incremento de los ingresos, 3. La reducción de costos operativos teniendo como principio la calidad, 4. El aumento de la productividad por procesos y, 5. La expansión de la operación productiva a multinacionales y transnacionales. (*Crecimiento Empresarial: La Mejor Guía Para Hacer Crecer Su Empresa*, n.d.).

Cuando las empresas desean mejorar sus procesos productivos, es necesario indagar los nuevos avances y descubrimientos que les faciliten el proceso y generen una mejora continua, por ejemplo Datasur para potencializar dichos procesos y uno de sus valores diferenciadores es el servicio offline; este mecanismo resalta aquella información de la cual no se encuentra dentro del acceso a la plataforma, esta data debe ser solicitada de forma interna, este tipo de información debe ser específica y detallada, al igual cuenta con acceso a informes o reportes, así como a información de los siguientes países:

Figura 6*Análisis de la información*

Nota. Tomada de Consultora Macroscop Chile Limitada - Datasur, 2022.

Retomando los cinco factores anteriormente mencionados como guía para el crecimiento empresarial, la reducción de los costos operativos se encuentran definidos como “todos aquellos gastos relacionados con el funcionamiento de una organización; tales como materiales, salarios de los empleados, impuestos comerciales, logística, entre otras necesidades diversas”. Por un lado, gracias a este tipo de información se genera una reducción de costos operativos, aumentando la posibilidad de nuevas ventas y la productividad en los procesos gracias a la apertura de nuevos mercados, como claramente se generará un incremento económico por dichas ventas, así como la necesidad de una apertura de nuevas sucursales para poder cumplir con la demanda. (Rosa, 2022).

Factores determinantes para la toma de decisiones

Si bien se ha logrado hacer una recopilación de la información tanto de los servicios prestados por la empresa Datasur.com, como por otra parte se ha evidenciado la necesidad de los empresarios por alcanzar ciertas metas y objetivos descritos en cada uno de

sus planes estratégicos, es por ello qué, en síntesis, por un lado, la recopilación de la información y el trato dado a los mismos generan cierta posición favorable en con respecto a las demás compañías.

Fuente de información para la toma de decisiones:

- Herramientas como mecanismo de apoyo para potencializar la actividad comercial.
- Datos históricos y proyección.
- Manejo de la información.
- Definición del alcance de los objetivos y metas para tener mayor claridad de aquellas urgencias y/o prioridades.
- Alcance de nuevos nichos de mercado u oportunidades de negocio.
- Ventajas competitivas y comparativas.
- Internacionalización.
- Mejora en los procesos de calidad.

Datasur se convierte no solo en una herramienta de información, sino que al igual gracias a su diversidad de productos se pueden generar nuevas oportunidades de negocio; por ejemplo de inversión extranjera directa para América Latina y el Caribe (IED) es un panorama económico mundial el cual ha cambiado rápidamente, otorgando un mayor protagonismo a los países emergentes, en un proceso que se ha acelerado debido a la crisis financiera internacional que ha golpeado con fuerza a las economías avanzadas, pasando en el 2003 al 2018 de un crecimiento del 10% al 39% . “En general, las operaciones internacionales de las empresas originarias de países en desarrollo han estado motivadas por la necesidad de acceder a recursos estratégicos que les permitan superar los obstáculos

iniciales derivados de brechas tecnológicas y la falta de experiencia debido a su tardía inserción en los mercados internacionales. Dichos factores generativos de desigualdad obligan al sector empresarial y al empresario a revisar y replantear sus “ideas iniciales de negocio”, para así poder desarrollar nuevas tácticas empresariales estratégicas, que les permitan contrarrestar aquellos impactos negativos y que les permitan potencializar aquellos elementos que juegan un papel fundamental en el desarrollo de sus negocios a nivel nacional como internacional. (*La Inversión Extranjera Directa*, n.d.)

Los factores asociados del gremio empresarial para la toma de decisiones se centran en el tamaño, la saturación y nivel de competencia del mercado interno, la estructura productiva, la incorporación de tecnología, los costos de producción, la dotación de recursos naturales y un mercado de capitales poco desarrollado. Un claro factor atractivo determinante y presente en los países receptores que operan atrayendo la IED son los pertenecientes al continente latinoamericano, en donde cada día es más necesario contar con una amplia información y herramientas que las impulsen a ser más competitivas y sobresalientes.

Retomando la funcionalidad y el papel que desempeña la Empresa Macroscope Chile Limitada (Datasur) dentro del comercio exterior, genera la posibilidad de que toda aquella empresa que desee encontrar nuevos proveedores, clientes o análisis de datos dentro de su finalidad de Comex de Import o Export, de productos afines, pueda contar con la misma capacidad de acceso a la información de forma estratégica, por lo tanto, esta empresa se ha convertido en una fuente de información que repercute en la toma de decisiones para el sector empresarial en América Latina por su amplia trayectoria no solo del manejo de la información y la calidad y cantidad de datos, sino que al mismo tiempo se ha convertido en un mecanismo intermediario para encontrar nuevos mercados como lo permiten sus webinars en los que participan grandes entidades de reconocimiento internacional como lo son: Promperú, Procolombia, Prochile, Cámaras de Comercio y Asociaciones entre otras entidades de gran

influencia para los empresarios debido a su amplio conocimiento y a la calidad de información que manejan dichas entidades.

A parte de dicho recurso, los talleres que son abiertos ante el público son de suma relevancia para crear, desarrollar y potencializar nuevos conocimientos referentes no solo de comercio exterior, sino que también talleres informativos de cómo llevar adecuadamente una empresa como, por ejemplo; balances, informes, últimas actualizaciones de reglamentaciones aduaneras, tecnológicas, entre otras. (*Empresa Internacional - Qué Es, Definición Y Concepto* | 2022, 2021)

América Latina, ha estado en constante crecimiento, se ha incrementado el número de empresas de la región que han comenzado a invertir fuera de sus países de origen con el fin de crear una ventaja competitiva; definida la ventaja competitiva por Michael E. Porter como utilidad que una empresa es capaz de generar para sus clientes y ventaja comparativa como la capacidad que tiene una empresa o país para producir o para ofrecer ciertos bienes o servicios a un menor costo, lo que los hace eficientes al compararlos con otras empresas o países. (*Ventaja Comparativa Y Ventaja Competitiva*, 2022)

Con base en dichos argumentos nace la necesidad y la idea de buscar nuevas herramientas que ayuden a mejorar, complementar y potencializar el negocio, no solo su rentabilidad, sino que también se genere la posibilidad de permanencia en un mercado cada vez más competitivo y veraz.

Conclusiones

A partir de lo expuesto en el presente artículo, se establece la importancia de la información generada por DATASUR como fuente de información para la toma de decisiones de las empresas latinoamericanas; a partir de esta, se toman en cuenta factores como la cantidad y calidad de los campos y criterios de los datos, de la cual, se le atribuye la posibilidad de la apertura de nuevos nichos de mercado evitando la divagación de la información e inexactitud en los datos.

Dicho esto, para que cualquier tipo de negocio pueda funcionar y tener éxito a largo plazo, este debe contar con información tanto histórica como estadística, estos datos reales les permitirán tener un mayor y mejor panorama del comportamiento del mercado, permitiéndoles así proyectarse y posicionarse a nivel nacional e internacional, el comportamiento del mercado es variante, por lo tanto, se debe contemplar la idea de implementar nuevas herramientas, metodologías y estrategias que les permitan tener una idea más aterrizada del comportamiento de sus productos dentro del sector.

Al ser DATASUR una empresa latinoamericana que cuenta con una amplia gama de datos, cifras, estadísticas, y alianzas con diversas entidades y sectores de la economía en Latinoamérica, cumple con la finalidad de apoyo de crecimiento para que los empresarios puedan ubicar sus productos y adentrarse a nuevos nichos de mercado con una mayor seguridad. Así mismo las alianzas realizadas por Datasur para cada industria (plásticos, transporte, cámaras de comercio y asociaciones) y demás generan cierta ventaja como: la sostenibilidad, el valor compartido, la red de apoyo empresarial, el fortalecimiento y la consolidación de sus negocios, el trabajo de desarrollo socioeconómico de la región y mediante el fortalecimiento de la competitividad empresarial.

El crecimiento exponencial determinado para cada lapso de tiempo trae consigo un desarrollo evolutivo, permitiendo así que el sector empresarial pueda traspasar fronteras y barreras a nivel mundial. Las compañías nacionales, multinacionales y transnacionales en su definición más amplia permiten que hoy en día los negocios internacionales puedan tener un mayor acceso a mercados cada vez más amplios y competitivos, por lo que es necesario expandir su gama de productos, clientes y proveedores, esto en beneficio de aumentar su margen de venta y sus utilidades, y como toda empresa busca adentrarse y posicionarse en mercados internacionales que les permitan aprovechar nuevas oportunidades de negocio. En conclusión dependiendo los objetivos de las empresas y la finalidad de sus mercados esta herramienta puede complementar y aumentar el crecimiento de sus negocios, por lo tanto, DATASUR funciona como un mecanismo de apoyo que brinda confianza y seguridad a sus negocios.

Referencias

Ley de oferta y demanda - Definición, qué es y concepto. (s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta-y-demanda.html>

demanda | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE. (25 de April de 2022). Recuperado el 27 de April de 2022, de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/demanda>

¿En qué consiste la división del trabajo propuesta por Adam Smith? (s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/en-que-consiste-la-division-del-trabajo-propuesta-por-adam-smith/>

David Ricardo: del valor del trabajo al salario de subsistencia. (17 de September de 2018). Recuperado el 27 de April de 2022, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/david-ricardo-del-valor-del-trabajo-al-salario-de-subsistencia/>

Estrategias competitivas: ¿cómo funcionan y cómo se adaptan a los tiempos de cambio? - Blog Postgrado | EPG UTP. (5 de November de 2021). Recuperado el 27 de April de 2022, de Escuela de Postgrado UTP: <https://www.postgradoutp.edu.pe/blog/a/estrategias-competitivas-como-funcionan-y-como-se-adaptan-a-los-tiempos-de-cambio/>

Toffler, A. (s.f.). *Redalyc. De las principales técnicas y enfoques en administración: un recorrido evolutivo desde la sociedad industrial a la soc.* Recuperado el 27 de April de 2022, de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/870/87032102.pdf>

Joint venture: las claves de las alianzas estratégicas - IONOS. (12 de September de 2018).

Recuperado el 27 de April de 2022, de Ionos:

<https://www.ionos.es/startupguide/creacion/joint-venture/>

Ventajas de las alianzas comerciales. (s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de

ConnectAmericas: <https://connectamericas.com/es/content/ventajas-de-las-alianzas-comerciales>

Paglialunga, V. (22 de August de 2016). *Países desarrollados y en vías de desarrollo -*

Escolar. Recuperado el 27 de April de 2022, de ABC Color:

<https://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/escolar/paises-desarrollados-y-en-vias-de-desarrollo-1511201.html>

Qué son y cómo se utilizan las 5 fuerzas de Porter | Blog Becas Santander. (7 de January de

2022). Recuperado el 27 de April de 2022, de Becas Santander: <https://www.becas-santander.com/es/blog/5-fuerzas-de-porter.html>

Base de Datos para Negocios Internacionales. (28 de October de 2017). Recuperado el 27 de

April de 2022, de Plató Comercio Exterior:

<https://www.platodecarmen.com/2017/10/base-de-datos-para-negocios.html>

IMPORTANCIA DE LOS APOYOS VISUALES ¿Qué son los apoyos visuales? (s.f.).

Recuperado el 27 de April de 2022, de Asociación de Personas con Autismo de

Toledo: <https://www.autismotoledo.es/wp-content/uploads/IMPORTANCIA-DE-LOS-APOYOS-VISUALES-.pdf>

Inicio Temas Comparaciones internacionales. (s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de

Inegi: <https://www.inegi.org.mx/temas/pci/>

Crecimiento Empresarial: La mejor Guía para hacer crecer su empresa. (s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de Inmarketing: <https://inmarketing.co/crecimiento-empresarial-como-hacer-crecer-empresa/>

Rosa, P. (14 de March de 2022). *¿Cuál es el costo operativo de una empresa? ¿Cómo reducirlo?* Recuperado el 27 de April de 2022, de Maplink: <https://maplink.global/blog/es/cual-es-costo-operativo/>

La Inversión Extranjera Directa. (s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de Repositorio Digital CEPAL: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36805/1/S1420131_es.pdf

Ventaja comparativa y ventaja competitiva. (22 de January de 2022). Recuperado el 27 de April de 2022, de Gerencie.com: <https://www.gerencie.com/que-son-la-ventaja-comparativa-y-la-ventaja-competitiva.html>

Qué es economía - Santiago. (s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de INE: <https://www.ine.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/economia/que-es-economia>

Empresa internacional - Qué es, definición y concepto | 2022. (8 de February de 2021). Recuperado el 27 de April de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/empresa-internacional.html>

El principal aporte de David Ricardo, la ley de las ventajas comparativas, ¿o no era de Ricardo? (14 de 08 de 2014). Recuperado el 27 de 04 de 2022, de 50 años UFM universidad francisco marroquín: <https://bazar.ufm.edu/el-principal-aporte-de-david-ricardo-la-ley-de-las-ventajas-comparativas-o-no-era-de-ricardo/>

De la ventaja comparativa a la ventaja competitiva: una explicación al comercio

internacional. (s.f.). Alvaro Garcia Escobar. Obtenido de

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/2558/1/Ventaja_comparativa_ventaja.pdf

De las principales tecnicas y enfoques en administracion: un recorrido evolutivo desde la sociedad industrial a la sociedad de la informacion (01 ed., Vol. XXXII). (2007).

Sterling, Fanny. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87032102.pdf>

Qué es economía - Santiago. (s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de INE:

<https://www.ine.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/economia/que-es-economia>

Martínez, R., & Wals, P. (26 de March de 2014). *La información es poder*. Recuperado el 27 de April de 2022, de La Opinión de Murcia:

<https://www.laopiniondemurcia.es/opinion/2014/03/26/informacion-32409134.html>

Martínez, R., & Wals, P. (26 de March de 2014). *La información es poder*. Recuperado el 27 de April de 2022, de La Opinión de Murcia:

<https://www.laopiniondemurcia.es/opinion/2014/03/26/informacion-32409134.html>

Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. (s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de Repositorio CEPAL:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf

Sevilla, A., & Smith, A. (s.f.). *Adam Smith - Biografía, quién es y qué hizo* | 2021.

Recuperado el 27 de April de 2022, de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/adam-smith.html>

Ricardo, D. (s.f.). *UNA RECONSTRUCCIÓN MILLIANA DEL MODELO RICARDIANO DE COMERCIO INTERNACIONAL*. Recuperado el 27 de April de 2022, de SciELO Colombia: <http://www.scielo.org.co/pdf/ceco/v31n56/v31n56a02.pdf>

Smith, A. (s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de DE LA VENTAJA COMPARATIVA A LA VENTAJA COMPETITIVA: UNA EXPLICACION AL COMERCIO INTERNACIONAL:
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/2558/1/Ventaja_comparativa_ventaja.pdf

La importancia de la estrategia en el comercio exterior. (31 de May de 2004). Recuperado el 27 de April de 2022, de iProfesional: <https://www.iprofesional.com/notas/2598-La-importancia-de-la-estrategia-en-el-comercio-exterior>

Estrategias competitivas: ¿cómo funcionan y cómo se adaptan a los tiempos de cambio? - Blog Postgrado | EPG UTP. (5 de November de 2021). Recuperado el 27 de April de 2022, de Escuela de Postgrado UTP:
<https://www.postgradoutp.edu.pe/blog/a/estrategias-competitivas-como-funcionan-y-como-se-adaptan-a-los-tiempos-de-cambio/>

(s.f.). Recuperado el 27 de April de 2022, de TEMA 16 DAVID RICARDO:
<https://personal.us.es/escartin/Ricardo.pdf>