

**SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA**

**TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TUXTLA GUTIÉRREZ**

**MERCADOTECNIA INTERNACIONAL**

**ANALÍSIS DEL ENTORNO DEL PAÍS META**

**INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Presenta:

**GUZMÁN LÓPEZ JULIO CÉSAR**

**RODRÍGUEZ GUILLÉN FRANCISCO FAVIAN**

**SÁNCHEZ DE LA CRUZ JOSÉ IGNACIO**

Asesor:

**CARPIO REYES TANIA**

**Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México; septiembre de 2016**

**ÍNDICE**

[**3.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL PAÍS META** 1](#_Toc460642023)

[**Matriz para seleccionar el país meta a exportar** 2](#_Toc460642024)

[**País meta** 5](#_Toc460642025)

[**Argentina** 5](#_Toc460642026)

[**Entorno Económico** 6](#_Toc460642027)

[**Entorno Financiero** 6](#_Toc460642028)

[**Entorno Ecológico** 7](#_Toc460642029)

[**Entorno Político** 7](#_Toc460642030)

[**Entorno Cultural** 8](#_Toc460642031)

[**Entorno Legal** 8](#_Toc460642032)

[**Entorno Tecnológico** 10](#_Toc460642033)

[**Entorno Geográfico** 10](#_Toc460642034)

[**Entorno Demográfico** 10](#_Toc460642035)

## **3.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL PAÍS META**

A la hora de lanzar un producto; o servicio como en este caso, hacia el extranjero, es importante tomar en cuenta ciertos aspectos para decidir a qué país exportar, ya que un buen Ingeniero en Gestión Empresarial, no se arriesgará a exportar un bien sin antes conocer el país destino.

Pero para decidir dentro de múltiples posibilidades que existen para exportar, se tendrán que evaluar dichas posibilidades para luego compararlas y elegir el que más aspectos positivos desde nuestro punto de vista tiene.

Es por eso que gracias a la información encontrada en internet de páginas como: Aladi, TradeMap, Banco Mundial, BBC, Red21, Ddw, Diariohoy, Data.worldbank, Pensamiento colombiano, Sena, Dinero, Tecalitlan, Accesibilidad web, Frc, Gsma, Dane, Mintic, Banrep. Pudimos identificar a tres países como posibles destinos a exportar el servicio de “Cursos y Talleres” de la plataforma “IQ 160” de la empresa “Grupo de Innovación e Investigación Tecnológica S.A. de C.V.”, los cuales fueron: Colombia, Argentina y Paraguay. Vaciando los datos encontrados de las diferentes fuentes de información en una matriz, identificando aspectos claves para elegir el país meta. El método consistió en darle una ponderación a cada concepto o parámetro a comparar entre los posibles destinos, para luego otorgarle una calificación a cada país en donde 3 es el más alto y 1 el más bajo; y al multiplicar la ponderación por la calificación, nos arrojará una calificación ponderada y al final sumar todo para luego ver qué país saco mayor calificación.

Bajo esta matriz de preselección de país meta, nos salió Argentina como destino a exportar nuestro servicio con una calificación de 2.11, por sus óptimas condiciones en los puntos clave evaluados.

Los entornos que se deben de analizar del país meta elegida son:

* Económico.
* Financiero.
* Ecológico.
* Político.
* Cultural.
* Legal.
* Tecnológico.
* Geográfico.
* Demográfico.

### **Matriz para seleccionar el país meta a exportar**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CONCEPTO**  | **P** | **COLOMBIA** | **C** | **CP** | **ARGENTINA** | **C** | **CP** | **PARAGUAY** | **C** | **CP** |
| USUARIOS A INTERNET  | 0.05 | 30,275,567 (64.60%) | 2 | 0.1 | 41,586,960 (95.60%) | 3 | 0.15 | 2,713,724 (36.90%) | 1 | 0.05 |
| CRECIMIENTO EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS  | 0.10 | 18.70% | 2 | 0.2 | 50.60% | 3 | 0.3 | 16.90% | 1 | 0.1 |
| HORAS Y DÍAS DE NAVEGACION  | 0.02 | 2.6horas diarias | 2 | 0.04 | 4.2horas diarias | 3 | 0.06 | 1.9 horas diarias | 1 | 0.02 |
| FORMAS DE PAGO  | 0.04 | 55% efectivo45% electrónico | 1 | 0.04 | 31% efectivo69% electrónico | 3 | 0.12 | 43% efectivo57% electrónico | 2 | 0.08 |
| CURSOS Y TALLERES TECNOLÓGICOS  | 0.01 | Internet de las cosas (23 de mayo a 17 junio), TIC(6 de junio al 1 de julio), Tecnología de redes(04 al 29 de julio) 2016 | 3 | 0.03 | Modem de configuración avanzada (15 octubre), planilla de cálculos (4 meses) 2016 | 2 | 0.02 | Adobe Indesing (03 septiembre), Diseño gráfico (05 septiembre)2016 | 1 | 0.01 |
| PROMEDIO DE IVA QUE SE COBRA  | 0.10 | 16% | 2 | 0.2 | 21% | 1 | 0.1 | 10% | 3 | 0.3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PARÁMETROS** | **P** | **COLOMBIA** | **C** | **CP** | **ARGENTINA** | **C** | **CP** | **PARAGUAY** | **C** | **CP** |
| **EXTERNOS** |
| POBLACIÓN (NDIVIDUOS O FAMILIA) | 0.10 | 47,662,000 | 3 | 0.3 | 43,416,000 | 2 | 0.2 | 6,892,000 | 1 | 0.1 |
| PIB O INB TOTAL DEL PAÍS | 0.05 | 387.4 miles de millones USD | 2 | 0.1 | 609.9 miles de millones USD | 3 | 0.15 | 29.01 miles de millones USD | 1 | 0.05 |
| PIB O INB POR HABITANTE | 0.05 | 7,831.22 USD | 2 | 0.1 | 14,715.18 USD | 3 | 0.15 | 4,264.65 USD | 1 | 0.05 |
| REQUERIMIENTOS NORMATIVOS PARA EL SERVICIO | 0.05 | Decreto 1151 de 2008 establece los lineamientos generales de la estrategia de gobierno en línea de la república de Colombia | 3 | 0.15 | Ley de defensa del consumidor n° 22.802. Ley de protección de datos personales n° 25.236 | 2 | 0.1 | Ley 125/91Ley 60/90Ley 90/90Ley 1064/97 | 1 | 0.05 |
| VALOR Y/O VOLÚMEN DE LAS IMPORTACIONES | 0.05 | 514.4 | 1 | 0.05 | 1,040,330 | 3 | 0.15 | 2,100 | 2 | 0.1 |
| TAMAÑO Y TENDENCIAS DEL MERCADO | 0.03 | El elevado desempleo y la baja creación de empleo formal sigue siendo importantes cuellos de botella en la economía colombiana, impidiendo que un robusto crecimiento incida en una mayor reducción de la pobreza y en mayor bienestar. | 1 | 0.03 | El mercado se caracteriza por la concentración de la población en centros urbanos, un nivel educativo en aumento, y la concentración del poder adquisitivo en la franja edad entre 20 y 40 años. | 2 | 0.06 | En los últimos años Paraguay es confiable para la generación de estrategias de mercado, concentrando su actividad en la realización de estudios de puntos de venta, canales de distribución y estudios al consumidor. | 3 | 0.09 |
| BARRERAS ARANCELARIAS (TRATADOS COMERCIALES) | 0.05 | Tratado de Libre Comecio (TLC) México - Colombia | 3 | 0.15 | Arancel aplicado 15.28%. Acuerdos de complementación económica (ACE) 6 | 1 | 0.05 | Centro de despachantes de aduanas, estable el arancel de servicios de estos agentes representantes de los exportadores. | 1 | 0.05 |
| OBSTÁCULOS BUROCRÁTICOS A LAS IMPORTACIONES | 0.03 | Inspecciones 51%Evaluación de conformidad 20%Requisitos técnicos 12%Reglas de origen y certificado de origen asociado 6%Impuestos 5%Medidas de control de calidad 3%Medidas de control de precios 1.5%Medidas financieras 1.5% | 1 | 0.03 | Impone obstáculos para la importación de bienes, obligando a las empresas que exportan a Argentina a importar bienes argentinos en contrapartida. | 1 | 0.03 | Burocracia engorrosa y aduana ineficiente, Certificadoras que acrediten standars, OBT internos, licencias y aranceles externos. | 2 | 0.06 |
| INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA | 0.02 | Cuenta con solo una competencia, SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) | 2 | 0.04 | Se tiene como competencia a la plataforma red21.com que brinda el mismo servicio. | 2 | 0.04 | No cuenta con un servicio parecido. | 3 | 0.06 |
| ESTABILIDAD SOCIAL O POLÍTICA | 0.03 | Media | 2 | 0.06 | Baja | 1 | 0.03 | Baja | 1 | 0.03 |
| ESTABILIDAD Y APERTURAS ECONÓMICAS | 0.02 | Alta | 3 | 0.06 | Alta | 3 | 0.06 | Alta | 3 | 0.06 |
| AFINIDAD CULTURAL Y LA FAMILIARIDAD DEL CONSUMIDOR CON EL SERVICIO | 0.01 | Alta | 3 | 0.03 | Alta | 3 | 0.03 | Media | 2 | 0.02 |
| DISTANCIA GEOGRÁFICA | 0.01 | 3,696.38 Km | 3 | 0.03 | 8,004.22 Km | 1 | 0.01 | 7,076.12 Km | 2 | 0.02 |
| APOYO INSTITUCIONAL DE MI PAÍS EN EL MERCADO | 0.02 | PROMEXICO | 3 | 0.06 |  | 1 | 0.02 |  | 1 | 0.02 |
| FACILIDAD DE DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO | 0.03 | Alta, el uso del internet y el E-Commerce facilita la distribución del servicio. | 0 | Alta, el uso del internet y el E-Commerce facilita la distribución del servicio. | 0 | Alta, el uso del internet y el E-Commerce facilita la distribución del servicio. | 0 |
| **INTERNOS** |
| EXPERIENCIA DE MI EMPRESA EN ESE PAÍS | 0.02 | No | 1 | 0.02 | No | 1 | 0.02 | No | 1 | 0.02 |
| CONTACTOS DE NEGOCIOS PREVIAMENTE ESTABLECIDOS | 0.02 | No | 1 | 0.02 | No | 1 | 0.02 | No | 1 | 0.02 |
| PERSONAL DISPONIBLE PARA ATENDER ESE MERCADO | 0.03 | Si | 2 | 0.06 | Si | 2 | 0.06 | Si | 2 | 0.06 |
| POSIBILIDAD DE OFRECER: SERVICIO, GARANTÍA, ATENCIÓN AL CLIENTE, ETC, EN EL PAÍS SELECCIONADO | 0.03 | Si | 3 | 0.09 | Si | 3 | 0.09 | Si | 3 | 0.09 |
| RECURSOS FINANCIEROS SUFICIENTES | 0.03 | Si | 3 | 0.09 | Si | 3 | 0.09 | Si | 3 | 0.09 |
| **TOTAL** | **1.00** |  |  | **2.08** |  |  | **2.11** |  |  | **1.6** |

### **País meta**

#### **Argentina**

Los cambios sociales y culturales que ha tenido Argentina en la última década, ha hecho que se le tome importancia a la incorporación de las TIC’s (Tecnologías de la Información y Comunicación), ayudando en las diferentes actividades humanas que se presentan dentro de la sociedad, y hablando más específicamente en el ámbito de la educación, es por eso que se ha planteado a partir de la Resolución N° 149 de marzo de 1999, la apertura de Programas de Educación a Distancia a cargo de la Secretaría de Asuntos Académicos, como herramienta complementaria para la formación de alumnos de grado y posgrado.

Bandera de argentina



Fuente: doblaje.wikia

Sin duda alguna, Argentina está abierto a las nuevas tecnologías de información, que ayude a que sus ciudadanos apliquen conocimientos adquiridos, es por eso que los habitantes adoptan de buena manera la incorporación de empresas que faciliten el aprendizaje de nuevos temas, y de manera que se adapten a sus tiempos libres de otras actividades con mayor relevancia.

La justificación del porqué se elige a Argentina como país meta es debido a los siguientes puntos, más relevantes de la matriz de pre selección:

* 41,586,960 usuario de internet, que representa el 95.60% aproximadamente de la población.
* El alto crecimiento en los últimos 5 años, un 50.60%.
* Alto índice en el PIB total del país (609.9 miles de millones de Dólares).
* Un gran valor y/o volumen de las importaciones, 1,040,330.

#### **Entorno Económico**

* Cierre del conflicto con los acreedores financieros internacionales.

Economía de Argentina



Fuente: americaeconomia

* Normalización de las estadísticas públicas.
* Sinceramiento de precios, e incrementos de tarifas se servicios públicos.
* Reformas para reducir el valor real de los servicios públicos del 33% en energía eléctrica y el 66% en gas.
* Durante los últimos 12 años, Argentina tuvo un alto nivel de consumo, fomentado por condiciones internacionales.
* Inflación del primer semestre ha sido relativamente elevada.
* La tecnología permitirá ahorros por 500,000 millones de USD a nivel energético.
* El Banco Central se resiste a bajar las tasas de interés.
* La inflación anual alcanza el 47.1%

#### **Entorno Financiero**

* Argentina tiene un sistema financiero sólido y líquido.

Finanzas de Argentina



Fuente: americaeconomia

* Grandes oportunidades para crecer y ser más inclusivo.
* Inversión en activos externos y otros instrumentos fuera del sistema financiero.
* Amplios segmentos de la población y del sector productivo no acceden al crédito, por lo cual el sistema tampoco promueve eficazmente la igualdad de oportunidades.
* El BCRA está implementando una agenda con foco en la bancarización plena (cajas de ahorro y transferencias gratuitas).
* La situación actual del sistema financiero habilita una perspectiva favorable para su desarrollo.
* El sistema financiero está regulado y supervisado bajo un marco normativo en línea con las mejores prácticas internacionales, mientras permanece sujeto a un monitoreo profesional e independiente.
* Recuperación de los precios de las materias primas las atractivas condiciones para fondearse en los mercados internacionales.

#### **Entorno Ecológico**

Cuenta con Leyes para:

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable



Fuente: estadísticas.ambiente

* Acceso a la información pública ambiental.
* Cambio climático.
* Conservación del suelo y lucha contra la desertificación.
* Emisiones gaseosas vehiculares.
* Emisiones vehiculares.
* Fauna.
* Impacto ambiental y social.
* Instrumentos ambientales.
* Presupuestos mínimos.
* Protección ambiental de los bosques nativos.
* Protección de la capa de ozono.
* Residuos peligrosos.

#### **Entorno Político**

Política Argentina



Fuente: politicaargentina

* República Federal basada en una democracia parlamentaria.
* El poder ejecutivo es detentado por el Presidente de la nación Argentina. Su tarea es la de responder a los intereses nacionales.
* Argentina cuenta con 23 provincias y 1 distrito federal autónomo, que han conservado ciertos poderes no pertenecientes al gobierno federal. Cada uno elige a sus propios legisladores y gobernantes provinciales.
* El poder legislativo reside en el Congreso Nacional, el cual tiene dos cámaras.
* Principales partidos políticos: Propuesta Republicana (PRO), El Frente para la Victoria (FpV), La Unión Cívica Radical (UCR), El (FAP) y El Partido Socialista (PS).
* Libertad de la prensa: clasificación mundial 54/180
* Libertado política: clasificación libre.

#### **Entorno Cultural**

* Mezcla de culturas de distintos grupos étnicos.

Cultura en Argentina



Fuente: Moodle.oakland

* Combinación de tradiciones europeas con nativas americanas.
* Actividad cultural y artística increíble.
* Reconocimiento mundial en disciplinas como el teatro, la pintura, la escultura, la música o la literatura.
* El tango es el emblema del país y de su capital.
* El futbol es una de las grandes pasiones de los argentinos.
* La gastronomía argentina se caracteriza por un ingrediente estrella: la carne, especialmente de vacuno.
* Algunas otras comidas típicas son el asado, el mate, los alfajores, las empandas, el dulce de leche, la milanesa, el locro y las picadas (conjunto de fiambres y quesos acompañados por pan).

#### **Entorno Legal**

El contrato de negocios:

* Debe definir claramente las obligaciones de las dos partes y determinar dónde comienza y dónde termina la cooperación.

Entorno Legal en Argentina



Fuente: calvinayre

* Hay que poner especial atención en la ley que se aplica el contrato y los métodos de resolución en caso de conflicto. Argentina es firmemente de la Convención de Viena sobre los contratos internacionales.
* Existen dos tipos de incoterms utilizados frecuentemente en Argentina: FOB o CFR. Si se está habituado al comercio internacional, es mejor hacerse cargo del transporte.

Propiedad intelectual:

* El organismo encargado de la protección de marcas y patentes en Argentina es el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI). El organismo encargado de la propiedad intelectual es el Registro Nacional de la Propiedad Intelectual.
* Argentina firmó la Convención de París relativa a la protección de los diseños y modelos industriales, pero no ha firmado Tratado de Cooperación sobre Patentes (PCT).
* Miembro de la OMPI.
* Adherido a la Convención de París.
* Adherido a los ADPIC.

Funcionamiento de la justicia:

* Los residentes extranjeros pueden beneficiarse de un trato igualitario en materia judicial, incluyendo disputas comerciales. Se ha reportado corrupción en el sistema judicial.
* El sistema legal del país es una mezcla de los sistemas de Estados Unidos y Europa Occidental.

#### **Entorno Tecnológico**

* Inversión anual en actividades de ciencia y tecnología 6,421.9 (en millones de dólares PPC).

Tecnología en Argentina



Fuente: lanotadigital

* 83,225 investigadores y becarios de investigación.
* Inversión anual en ACYT por investigador en personas físicas 77,163 (en dólares PPC).
* 4,772 solicitudes de patentes en el país.

#### **Entorno Geográfico**

* 3,761,274 Km2.

Tecnología en Argentina



Fuente: sociedadycultura

* 2,791,819 Km2 de Continente Americano.
* 969,464 Km2 de Continente Antártico.
* Limita en el Norte con: Paraguay y Bolivia. Sur: Chile y Océano Atlántico Sur. Este: Brasil, Uruguay y Océano Atlántico Sur. Oeste: Chile.
* Argentina cuenta con un clima templado, pero en el Norte con una gran zona subtropical y hacia el sur prevalece el clima frio.

#### **Entorno Demográfico**

* Población: 43,416,000.
* Índice de Desarrollo Humano: 0.836 puntos (2014).
* Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Argentina: 32 puntos.
* Negocios: 121°.
* Ranking Paz Global: 67°.
* Ranking de la Brecha de Género: 35°.
* Tasa Natalidad: 17.54%.
* Índice de Fecundación: 2.32.
* Tasa Mortalidad: 7.57%
* Esperanza de vida: 76.16.
* Número de homicidios: 3,269.
* Alumnos de universidades públicas: 1,061,171.
* Egresados de universidades públicas: 53,625.
* Alumnos de universidades privadas: 352,501.
* Egresados de universidades privadas: 28,574.