

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Escuela de Ingeniería Comercial



**“Propuesta de Perfil de Mercado-País para fortalecer la selección de países como
nuevos mercados”**

**Memoria para optar al grado de licenciado en Ciencias en la Administración de empresas y
al título de Ingeniero Comercial**

ALUMNA SRTA. CAMILA GABRIELA SÁNCHEZ LÓPEZ

PROFESOR GUÍA SR. ERNESTO FERNÁNDEZ OYARZO

Viña del Mar, Chile

2018

Dedicatoria y agradecimientos

Es difícil en un espacio tan pequeño lograr expresar tanto, así que el tener la oportunidad de dedicar este trabajo es otra manera de agradecer a quienes me acompañaron, apoyaron y no dejaron de creer en mí y que son la base en mi vida, mis padres y hermanos. A mis amigos por estar siempre presentes, incluso en la distancia. Y a todos quienes han sido parte de esta etapa directa o indirectamente. Gracias a mi profesor guía Sr. Ernesto Fernández, por lo aprendido, por su apoyo y excelente disposición a lo largo de este proceso.

Resumen

En la presente tesis, el objetivo principal es lograr identificar y definir cuáles son los elementos que debe contener un Perfil de Mercado-País, para volverse un apoyo e incluso un paso dentro de los procesos previos a la internacionalización de una empresa, especialmente en dos de sus formas, inversión extranjera directa (IED) y empresas conjuntas o joint venture. Para esto se propone un modelo de Perfil, basado en la información extraída de diferentes fuentes, el cual se ve aplicado a tres casos prácticos al final de este trabajo.

Abstract

In the following thesis, the main objective is to identify and define what are the elements that a Market-Country Profile must contain to become a support and even a step in the processes prior to the internationalization of a Company, especially in two of its forms, foreign direct investment (FDI) and Joint Venture. For this, a Profile model is proposed, based on the information extracted from different sources, which is applied to three practical cases at the end of this work.

INDICE

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS.....	I
RESUMEN	II
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
PARTE I.....	3
1. INTERNACIONALIZACIÓN	3
1.1. FORMAS DE INTERNACIONALIZACIÓN.....	4
1.2. ¿POR QUÉ LAS EMPRESAS SE INTERNACIONALIZAN?	9
1.3. ORGANIZACIONES DE APOYO AL COMERCIO INTERNACIONAL.....	11
1.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO INTERNACIONAL	12
1.5. PERFIL DE MERCADO-PAÍS Y SUS ELEMENTOS.....	13
1.6. RESUMEN CAPÍTULO I	15
CAPÍTULO II.....	16
PARTE I.....	16
1. <i>Información entregada por países</i>	<i>16</i>
1.7. TABLA PAÍSES.....	27
2. <i>Información entregada por textos.....</i>	<i>28</i>
2.1. TABLA TEXTOS.....	35
PARTE II.....	36
1. <i>Elementos para un perfil de mercado-país.....</i>	<i>36</i>

2.	<i>Propuesta análisis del perfil de mercado-país.</i>	41
2.2.	TABLA PROPUESTA.	43
3.	<i>Propuesta con proyección.</i>	44
3.1.	TABLA PROPUESTA CON PROYECCIÓN.	46
4.	<i>Resumen capítulo II</i>	47
CAPÍTULO III		48
PARTE I		49
1.	<i>Casos de estudio.</i>	49
1.1.	CASO FALABELLA.	49
1.1.1	COLOMBIA	49
1.1.2.	ECUADOR.	51
1.2.	CASO STARBUCKS.	52
1.2.1.	CHILE.	53
1.2.2.	BRASIL.	54
1.3.	CASO NATURA S.A.	56
1.3.1.	FRANCIA	56
1.3.2.	ITALIA.	57
2.	<i>Resultados</i>	59
3.	CONCLUSIONES.	60
BIBLIOGRAFÍA		62

Introducción

La internacionalización se ha convertido en una práctica bastante común para muchas organizaciones, lo que es una de las consecuencias de un mundo cada vez más globalizado, es decir, más interdependiente entre sus componentes. Esta interdependencia se observa en distintos aspectos, sin embargo, donde se hace notar con mayor énfasis es en la actividad económica mundial.

No obstante, el hecho de ser una práctica cada vez más común no significa que sea algo fácil de hacer, ya que la internacionalización no es un paso que se da así nada más, existe todo un proceso de análisis y toma de decisiones previo. Por lo tanto contar con la información adecuada se vuelve algo crucial. Las condiciones nuevo mercado pueden ser muy distintas a las del mercado o país de origen, ya sea en legislación, política, cultura, etc.

Uno de los pasos a seguir antes de incursionar en una investigación de mercado, la cual a su vez debiese contener un Perfil de Mercado-País.

Dentro de este contexto es donde surgen los objetivos del presente trabajo. De manera general persigue:

- Generar una propuesta de Perfil de Mercado-País que fortalezca la investigación de mercados internacionales.

Y a nivel específico, se encuentran:

- Revisar conceptos de internacionalización.
- Identificar los elementos que debiera contener un Perfil de Mercado-País, a través de material encontrado en textos y fuentes relacionados.

- Aplicar la propuesta a casos de estudio.

La pregunta de estudio es la siguiente:

¿Cuáles son los elementos necesarios para elaborar un Perfil de Mercado-País, que fortalezca la investigación de mercados internacionales?

A través de los capítulos, que vienen de aquí en adelante, se pudo dar cumplimiento a los objetivos planteados.

Como primera parte se contextualiza el estudio, se repasan conceptos básicos relacionados a la internacionalización así como también sus distintas formas, qué es un Perfil de Mercado-País, organismos internacionales relacionados y más.

Por su parte en el segundo capítulo, se realizó el análisis de textos y fuentes relacionadas, lo que ayudó a comparar e identificar los elementos e información que deben estar presentes o son de relevancia en un Perfil. Gracias a esto, se avanza al siguiente paso que es presentar la propuesta de Perfil de Mercado-País.

Por último, ya en el tercer capítulo se aplica la propuesta a tres casos reales de inversión extranjera y joint venture, que son Starbucks, Natura S.A. y Falabella, en distintos episodios de su cronología.

CAPÍTULO I

Parte I

1. Internacionalización

En los últimos años se ha hablado mucho sobre Globalización, concepto para el cual existen distintas definiciones, según la Real Academia de la lengua Española: “es la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”(RAE); según el Fondo Monetario Internacional: “La globalización es una interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al tiempo que la difusión acelerada y generalizada de tecnología”(FMI).

Para seguir definiéndola, se puede describir como el fenómeno que se aplica a un nivel multidimensional, es decir, que implica la integración del mundo en distintos aspectos, como son lo político, social y cultural. Pero de manera más específica, la globalización nace y evoluciona debido a la creciente interdependencia de las distintas economías y países del mundo.

Los factores que han ido permitiendo el origen y desarrollo constante de la Globalización son diversos, y son principalmente siete (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2010):

- a) El incremento y la expansión de la tecnología.
- b) La liberalización del comercio transfronterizo y el movimiento de los recursos.
- c) El desarrollo de servicios que facilitan los negocios internacionales.
- d) Las presiones crecientes de los consumidores.
- e) La competencia global creciente.
- f) Las situaciones políticas cambiantes.
- g) La mayor cooperación entre países.

Gracias a todos estos factores y condiciones de la situación mundial se ha facilitado el incremento de los Negocios Internacionales y procesos de Internacionalización.

1.1. Formas de internacionalización

Se debe partir por decir que los negocios internacionales en su definición más sencilla son todas aquellas actividades que se realizan para obtener beneficios, esto, dentro de países o regiones del mundo externas a lo local. Por lo tanto, internacionalización es el proceso que realizan las organizaciones para salir al mundo. Esta salida al mundo puede ser de distintas formas:

- La exportación indirecta. A su vez esta se puede subdivide en dos tipos: el primero es la exportación ocasional, que como lo indica su nombre no es un proceso permanente, y puede darse por una iniciativa de la empresa, o por pedidos desde el extranjero; el segundo tipo es la exportación activa, la cual se produce cuando la empresa adquiere el compromiso de exportar a cierto

mercado. En los dos casos anteriores el proceso de producción se sigue realizando en el país de origen.

La mayoría de las empresas empiezan por la exportación indirecta, para lo que necesitan intermediarios, los que se pueden dividir en cuatro:

- a) Comercializadores de exportación, estos compran mercancías al fabricante y luego venden los productos en el mercado extranjero.
 - b) Agentes de exportación, son quienes buscan oportunidades de negocios fuera del país, por realizar estos reciben comisiones.
 - c) Organizaciones cooperativas, son aquellas organizaciones que realizan exportaciones pero a nombre de distintos productores.
 - d) Empresas administradoras de exportación, estas llegan al acuerdo de manejar las exportaciones de empresas, a cambio, por ejemplo, de una cuota.
- Exportación directa. Aquí es donde la empresa decide tomar el control sobre sus exportaciones. Al tener el manejo de estas actividades se adquiere también mayor riesgo, a su vez la inversión necesaria se incrementa. Las empresas poseen varias opciones para este tipo de exportación:
 - a) Puede tener un departamento o división, que se encargue de estas actividades en el país local.
 - b) Puede crear una sucursal o subsidiaria de ventas en el país extranjero.
 - c) También existe la opción de tener personas que se dediquen a viajar representando a la empresa.

- d) La empresa puede optar por tener distribuidores o agentes con base en el país extranjero.

Un claro ejemplo en Chile, de exportaciones directas se ve representado por CODELCO. Extracto de artículo portal Terra: “El consorcio estatal Codelco, el mayor productor mundial de cobre, obtuvo 7.033 millones de dólares de utilidades durante 2011, informó el presidente de la empresa.

La empresa en sus cinco grandes yacimientos registró también su mayor nivel de producción anual con 1,735 millón de toneladas, lo que representó un aumento de 2,7% respecto de 2010.” (Press, 2012)

- Otorgamiento de licencias. Aquí se comercializa el conocimiento relativo a la operación de un negocio exitoso. Existen algunas variaciones de esta opción:
 - a) La venta de contratos de administración, de ciertas marcas, para que personas en otros países se encarguen de administrar el negocio.
 - b) Por otra parte está la fabricación por contrato, donde la empresa contrata en el país extranjero, fabricantes para sus productos. En esta opción la empresa tiene menor supervisión y control, pero por otro lado es una manera de iniciar el proceso más rápido, con riesgos más bajos.
 - c) Por último está la opción de las franquicias, donde la empresa entrega el concepto de marca y su sistema de operaciones más completo, a cambio, quien lo adquiere invierte en el negocio y paga ciertas cuotas a la empresa. Ejemplos de franquicias hay muchos pero uno de los más

representativos es el caso de McDonald's, quien ha llegado a muchos y variados países gracias a este sistema.

- Inversión directa. Cuando la empresa adquiere mayor compromiso en su salida al extranjero, es cuando toma bajo su propiedad instalaciones o plantas para fabricación, en el país forastero. Es cierto de que esta alternativa aumenta los riesgos, pero también posee mayores ventajas como lo son, el ahorro en mano de obra y materias primas, además hay gobiernos que ofrecen incentivos a los inversionistas extranjeros, la empresa puede mejorar su imagen en el país por el hecho de generar nuevos empleos, se logra forjar relaciones más sólidas con el entorno, además cabe mencionar que la empresa tiene absoluto control sobre sus operaciones, etc.

“...Tal como ocurre en la mayoría de los países receptores de inversiones directas chilenas, es relevante la incidencia de estas inversiones en la generación de empleo en los mercados receptores. De acuerdo a información parcial, los inversionistas chilenos generan en Venezuela más de 5.100 empleos directos. Adicionalmente, se estima que los empleos indirectos asociados a estas inversiones superan las 14.000 plazas.” (DIRECON, 2012)

- Empresas conjuntas o joint venture. La razón para formar empresas conjuntas puede encontrarse en aspectos políticos o económicos, como puede ser que la empresa extranjera por sí sola no tenga los recursos suficientes para entrar al nuevo mercado, o que el gobierno extranjero tenga como exigencia la propiedad conjunta. Básicamente este modo de entrada

consiste en que los inversionistas extranjeros se asocian con inversionistas locales para formar una empresa conjunta, donde deben compartir el control y la propiedad sobre esta.

“Arauco, y Unilin Flooring, ésta última uno de los mayores productores de pisos laminados para las industrias de Europa y Norteamérica, firmaron un acuerdo para crear un joint venture para la fabricación y venta de pisos en Brasil. Esto permitirá a ambas compañías transformarse en uno de los líderes del mercado de pisos laminados en ese país.”(Cámara chilena norteamericana de comercio)

De manera general, las opciones son exportación indirecta, exportación directa, otorgamiento de licencias, empresas conjuntas e inversión directa, que siguiendo este orden sucesivo representan más compromiso, riesgo, control y potencial de utilidades. (Kotler, 2001)



Cinco maneras de ingresar en mercados extranjeros. (Kotler, 2001)

1.2. ¿Por qué las empresas se internacionalizan?

Existen distintas ventajas que se obtienen al internacionalizarse, es debido a estas que las empresas deciden realizar este proceso y dar el paso. Algunas de estas ventajas son:

- Que la empresa pueda sacar provecho al máximo de su capacidad productiva, ya que a veces en el mercado local la demanda no es lo suficientemente amplia, por lo que provoca que la empresa quede con mercancía adicional o sobrante, y el hecho de poder vender esta mercancía en otros mercados ayudará a disminuir o deshacerse totalmente de los excedentes.

- En el caso de empresas que utilicen como base de sus procesos materias primas provenientes de recursos naturales, pueden obtener ventajas comparativas si es que la internacionalización se realiza en un país rico en estos recursos.
- Se pueden obtener ventajas competitivas, operando en otros países con costos más bajos de los factores productivos.
- El acceso a nuevas tecnologías que ayuden en la actualización de la o las plantas productivas, y así satisfacer mejor las necesidades de los mercados internacionales.
- Se produce una ampliación de los mercados, en especial cuando en los mercados en que se opera resultan reducidos en relación a las verdaderas capacidades de comercialización.
- Se puede ayudar en el equilibrio de las ventas cuando la demanda en el mercado local es baja, en ese caso la producción sobrante se intenta vender afuera.
- Existe la posibilidad de encontrar mercados en que el producto no ha tenido un gran desarrollo, e ingresar a estos con productos que se encuentran en la etapa de madurez en el mercado local, lo que hace que la empresa sea más competitiva en el nuevo mercado.
- Al tener participación en otros mercados se reducen en cierta medida los riesgos de la dependencia de uno solo.
- También se encuentran ventajas en que al internacionalizarse se puede acceder a crédito internacional con mejores tasas.

- Se pueden aumentar las ganancias sacando provecho de las nuevas oportunidades de comercializar a mayores volúmenes.
- Aprender de las nuevas experiencias en los mercados exteriores, y luego poder aplicarlas en los mercados locales.

Como se aprecia, son muchas las ventajas que se obtienen de internacionalizar la empresa, las que se transforman en razones suficientes para que las organizaciones, al menos, consideren la posibilidad de incursionar en mercados extranjeros con sus productos, servicios e inversiones.

Como cualquier nueva incursión, la empresa debe estar consciente de que debe realizar pasos previos fundamentales. Así como lo haría al entrar en un mercado local por primera vez o con nuevos productos, se procede a la realización de un proceso de investigación, que servirá para entrar en conocimiento de la información necesaria para primero saber si entrará o no al nuevo proyecto y, luego, dónde y cómo lo hará.

Se debe seguir el proceso de marketing ya conocido pero ahora a nivel internacional. Para comenzar se debe proceder con una Investigación de Mercados.

1.3. Organizaciones de apoyo al comercio internacional.

Como se sabe la internacionalización no es un proceso fácil, por lo que las empresas se pueden encontrar con distintas dificultades en el camino, como pueden

ser la falta de información necesaria sobre los nuevos mercados o del conocimiento de técnicas respectivas al proceso. Para apoyar y ayudar a las organizaciones en este proceso existen organismos gubernamentales, dentro de varios países, que promueven y refuerzan estos procesos. A nivel internacional existen también organismos que estudian y entregan información útil sobre mercados internacionales y comercio exterior. A nivel de países, algunos de los organismos más conocidos son: la Organización Japonesa de Comercio Exterior (Japan External Trade Organization, JETRO); PROCHILE; Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX); PROMEXICO, entre muchas otras. A nivel internacional se encuentran por ejemplo: la Organización Mundial de Comercio (OMC), el Fondo Monetario Internacional (FMI), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), entre otros de una larga lista.

1.4. Investigación de mercado internacional

La investigación de mercados a nivel internacional que debe realizar una organización antes de dar el paso hacia la internacionalización es básicamente una agrupación de procesos que tiene como objetivo recopilar información estratégica sobre el o los mercados meta internacionales, todo esto para hacer más firme y certera la posición de la empresa frente al proceso de toma de decisiones.

Esta información, a su vez, ayuda a reducir los riesgos y las posibles pérdidas que implica la entrada a nuevos mercados y países, muchos de los cuales presentan importantes diferencias con respecto al país de origen.

Para enfocar correctamente la Investigación de mercados internacionales se deben tener claros ciertos puntos relevantes, que servirán como base para la investigación, como lo son saber que es el entorno internacional y por cuales factores se compone. Este entorno corresponde a la agrupación de ciertas variables que no son controlables, pero que sí pueden ser identificadas a nivel global y que afectan directamente las operaciones de una empresa, especialmente a nivel internacional, es por eso que la empresa debe tratar de conocer y comprender su entorno.

Estas variables permiten describir las condiciones del escenario al que se verá enfrentada la empresa. En primera instancia las variables deben ser aquellas que mejor describan el entorno, sin importar que la investigación considere algunos países, alguna región, o sea realizada a nivel mundial. Los factores que componen generalmente este entorno son factores socio-políticos, culturales, económicos, geográficos, etc. (Fernández)

1.5. Perfil de Mercado-País y sus elementos

Un perfil de mercado es un análisis que busca agrupar características y rasgos de un mercado, en el cual se debe incluir información útil y completa sobre compradores, competidores, toda la información respectiva a la economía y de cada factor relevante para la empresa.

En el caso de un Perfil de Mercado-País, se busca lo mismo, pero se debe considerar la información a nivel de país, tomando en cuenta elementos que quizás en un mercado local no serían tan relevantes de tener en consideración.

El objetivo del Perfil de Mercado-País es facilitar el proceso de internacionalización para las organizaciones. Elaborar este perfil es entregar a la empresa ayuda y de alguna manera servir como guía para realizar investigaciones más profundas.

Específicamente en empresas que desean exportar, un Perfil de Mercado-País es la herramienta necesaria para hacer la selección del Mercado-País al cual pretende entrar; además el Perfil de Mercado-País será útil para decidir cómo la organización entrará al nuevo mercado, qué estrategias usará y cuándo lo hará.

“Dos de las causas principales del fracaso en mercados extranjeros son la falta de preparación y el no tener suficiente conocimiento de los requisitos específicos del mercado” (UNCTAD/OMC, 2006)

Para poder definir los elementos que debiera contener un Perfil de Mercado-País se revisará la información entregada por una muestra de países a través de sitios gubernamentales y también de textos y fuentes de información internacionales. Luego se comparará esta información entre sí para poder establecer los puntos en común e ir concluyendo y estableciendo los elementos que deben componer a un Perfil.

1.6. Resumen capítulo I

El capítulo I tiene como objetivo principal dar a conocer el contexto bajo el cual se desarrolló la presente investigación, resaltando los conceptos más importantes, como son la internacionalización, su importancia y sus principales formas. Dentro de estas maneras de internacionalización, se seleccionaron dos, inversión directa y empresas conjuntas, para la aplicación de la propuesta en el último capítulo, esto debido a que las características que presentan estas opciones son las de mayor compromiso, control, potencial de utilidades y en proporción a esto mayor riesgo.

Capítulo II

En el presente capítulo se realiza un análisis de países como Chile, Perú, México y otros, a través de información que ha sido publicada en sitios gubernamentales principalmente. Esto para revisar cómo cada uno se muestra al mundo al querer atraer IED y ver así también las similitudes entre ellos.

Además se examinaron algunos textos e información de organismos internacionales. Todo lo anterior se realizó con el fin de comparar y así lograr establecer los factores determinantes de IED, todo esto para lograr el objetivo principal del capítulo, determinar el contenido óptimo que debiera tener un perfil de mercado-país para lograr ser una fuente de información y una base confiable y segura para optimizar el proceso de toma de decisiones en la selección de nuevos mercados.

Parte I

1. Información entregada por países

A continuación se hace una revisión de lo que exponen algunos países como puntos importantes para promocionarse ante los posibles inversionistas.

➤ Chile

Para mostrar ante los potenciales inversores que Chile es un muy buen destino para inversión extranjera, se resaltan las siguientes características:

- Economía mejor evaluada de Latinoamérica y como economía emergente mejor evaluada en el mundo.
- En WIR 2016 la UNCTAD clasificó a Chile en el lugar 19 como receptor de IED a nivel mundial.
- En el año 2015 ingresaron al país US\$20.457 millones por concepto de IED.
- En el ranking de Ambiente de Negocios de EIU (Economist Intelligence Unit) Chile aparece dentro de las 20 primeras economías con el lugar n°13, y en el n°1 en Latinoamérica.
- El Banco Mundial por su parte también respalda el que Chile es una muy buena alternativa, esto a través de su informe publicado Doing Business de 2013, el lugar asignado a Chile es el 37 de un total de 185.
- Séptimo receptor de IED entre las economías en desarrollo y en transición de 2015.
- En el índice de Competitividad global del Foro Económico mundial, Chile ocupa el puesto número 33 a nivel mundial y el 1er lugar en Latinoamérica

- Como base de la posición económica favorable de Chile se distingue la disciplina fiscal y lo estable de las cuentas fiscales a través del tiempo.
- Según el ranking de Ambiente de Negocios elaborado por Economist Intelligence Unit (EIU), Chile pertenece al grupo de 20 economías con mayor atracción para hacer negocios en una proyección de tiempo del año 2010 al 2014, encabezando Latinoamérica.
- El índice de Libertad 2013 realizado por la Fundación Heritage y por The Wall Street Journal, adjudica a Chile un puntaje de 79, el cual quiere decir que el país tiene altos niveles de apertura comercial, lo que lo sitúa dentro de los 10 países más libres del mundo para hacer negocios.
- Chile también resalta el hecho de estar considerado como un país con bajos niveles de corrupción, esto en base al Índice de Percepción de la Corrupción de 2012, publicado por Transparencia Internacional, el cual lo deja en el lugar 20 de un total de 176 países estudiados.
- Otro punto a favor de Chile como una buena alternativa como destino de IED, es su activa política de acuerdos internacionales, bilaterales, regionales y multilaterales, lo que conlleva a un aumento del comercio exterior de bienes y servicios y también de la competitividad del país.
- En el Índice de Preparación Tecnológica 2013, publicado por el Foro Económico Mundial, Chile ocupa el lugar 34 de una total de 144 países, lo que reafirma que el país está preparado para la adopción de nuevas tecnologías.

- En otro ámbito Chile representa un muy buen lugar para vivir, para lo que se enfatiza en su geografía, estabilidad política y seguridad social. Así también lo reconocen revistas internacionales al incluirlo en sus rankings.(CIEChile).

➤ Brasil

Brasil por su parte se presenta al mundo enfatizando en los siguientes puntos:

- Posee un territorio amplio de 8,3 millones de km². Con una población de aproximadamente 208 millones de habitantes. País con abundantes recursos hídricos y minerales.
- Los sectores privados y públicos han realizado inversiones en todo lo que es expansión de puertos y caminos. Este aumento de inversiones se debe en parte a que Brasil fue sede del mundial de fútbol el año 2014 y también de los Juegos Olímpicos el año 2016.
- La moneda brasileña, el Real, se mantiene fuerte y estable. La inflación por otro lado se encuentra estable hace más de 10 años y es administrada de manera rígida por el Comité de Política Económica Monetaria (COPOM).

➤ República de Corea (Corea del Sur)

Corea del Sur al mostrar sus puntos fuertes al mundo se presenta de la siguiente manera:

- El gobierno coreano hace distintos esfuerzos para dar apoyo a las compañías inversionistas extranjeras. Un ejemplo de esto es la construcción de carreteras e

infraestructura en ciertas zonas. También está el trabajo que ha realizado el país para flexibilizar e incluso eliminar reglamentos que habían funcionado durante décadas, para regular la zona fronteriza. Es con esto que la República de Corea trata de mostrar su gran interés y compromiso para apoyar los negocios extranjeros y hacerlos perdurar en el tiempo. Da ejemplos reales también.

- Corea también manifiesta que existe un gran interés por parte de los inversionistas extranjeros en servicios de Investigación y Desarrollo, esto lo justifica aseverando que el país ha invertido fuertemente en esta área.
- Otro punto fuerte expresado por el país es la calidad de sus Recursos Humanos. Más de 100 mil estudiantes de ingeniería y ciencias se gradúan cada año y muchos de ellos optan por seguir postgrados, esto para los inversionistas puede significar una gran oportunidad de espacio para crear nuevos productos y servicios.
- El país además destaca que posee una buenísima ubicación para ser centro de logística o también una sede regional en Asia.

➤ Estados Unidos

Esto es lo que destaca Estados Unidos para incentivar a los inversores extranjeros:

- El país cuenta con una población muy grande sobrepasando los 325 millones de personas, lo que lo hace ser un candidato natural como destino de IED.
- Posee recursos naturales en abundancia además de una gran producción agrícola, lo que se mantiene vigente hace mucho tiempo.

- Actualmente las industrias tecnológicas y de servicios están muy bien posicionadas dentro del país.
- Se presenta como poseedor de la mayor y más poderosa economía tecnológica del mundo (pib, pib per cápita poner datos), algunas de las razones de que esto sea así son:
 - Gran tamaño de la economía
 - Gran tamaño de mercado (más de 325 millones de personas)
 - Gran economía con poca intervención, basada en comercio libre
 - Cuenta con un sistema laboral flexible
 - Sistemas de transporte e infraestructura óptimos, más de 4 millones de kilómetros de carreteras. Sumándose a esto en Estados Unidos se encuentran 17 aeropuertos de los 30 más activos del mundo entero, como también algunos de los puertos de carga y de contenedores más grandes del mundo.
 - Posee una gran diversidad de incentivos, siendo por mucho tiempo uno de los mayores destinos de inversión extranjera.

➤ México

México se presenta como uno de los países más competitivos para la inversión productiva a nivel internacional, basando esto en la estabilidad macroeconómica y política que posee, la baja inflación, tamaño y fortaleza de su mercado interno y también su tasa de crecimiento.

A su vez México (a través de ProMéxico) entrega las siguientes razones por las cuales es un buen candidato:

- 124 millones de habitantes.
- Entre los países emergentes y desarrollados con menor deuda pública.
- Baja tasa de desempleo y que va en baja desde hace 10 años.
- Niveles de pobreza en constate disminución.
- Abierto a la inversión.
- Acuerdos de promoción y protección recíproca de inversiones.
- Posee 12 tratados de libre comercio.
- Es el principal exportador de Latinoamérica.
- Es uno de los destinos más atractivos para la inversión según WIR 2018.
- País en constante modernización.
- Es el 14° país con mayor extensión territorial.
- Está bien conectado.
- Moneda confiable.
- Altos niveles de IED.
- Según ranking DoingBussines de 2018 es el mejor de latam, en el puesto n°49.
- Cercano a los principales puertos del mundo.
- Posición geográfica estratégica.

- Gran infraestructura, gran cantidad de aeropuertos, pasos fronterizos, autopistas.

➤ Costa Rica

Costa Rica entrega diversas razones para invertir en su economía. Se presentan a continuación:

- Excelente clima de negocios basado en una reconocida tradición de democracia, estabilidad económica y política.
- Fuerza laboral joven, talentosa y bilingüe.
- Plataforma de acceso preferencial a 1/3 de la población mundial, y a 2/3 del PIB global.
- 87% de las exportaciones están cubiertas por TLCs.
- Sólida infraestructura, de la cual el 90% de la energía proviene de energías renovables.
- Posee altos niveles en calidad de vida.
- Es uno de los países más seguros del Latinoamérica, y también es uno de los 5 países con mejor desempeño ambiental.
- En la actualidad existen más de 200 multinacionales que operan en el país
- Otro dato importante expuesto aquí es que es uno de los cinco países con mejor desempeño ambiental a nivel global.
- El país hace alusión también a que representa un sistema que posee muy pocas restricciones, ejemplos de esto: no impone ninguna restricción a la reinversión o a la

repatriación de las ganancias o capitales; no tiene ningún requerimiento de registrar inversiones ante autoridades gubernamentales.

- Con respecto a la protección de los derechos de propiedad, el país ha logrado estándares internacionales.

➤ Perú

En el caso de Perú, a través de su sitio web gubernamental de Proinversión, entrega información respecto a por qué es conveniente invertir en el país.

De manera similar a Chile usa bastantes datos duros, muchos de ellos desde fuentes de organismos internacionales y agencias.

Perú enfatiza en lo siguiente:

- Índices económicos, PIB, PIB per cápita, proporción del PIB correspondiente a inversión privada. También flujos de IED, y proporción del PIB que corresponde a IED, niveles de inflación, la estabilidad del tipo de cambio y el bajo nivel de Riesgo País, entre otros.
- Perú dice tener un ambiente o clima favorable para la inversión lo que respalda con los siguientes puntos:
 - Posee un marco legal favorable para la inversión extranjera. Dentro de este marco legal se encuentra el trato no discriminatorio para los inversionistas extranjeros, se busca que reciban el mismo trato que los inversores nacionales. Promueve la libre competencia, garantiza la propiedad privada, etc.

- Regímenes especiales: uno de estos regímenes es el Convenio de Estabilidad Jurídica, donde se establecen distintas garantías tanto para el inversionista como para la empresa receptora. En el caso del inversionista estas garantías tienen que ver con la estabilidad de las regulaciones que se establecen en el trato sin diferencias, también garantiza estabilidad del régimen del impuesto a la renta, etc. Y las garantías para la empresa receptora, con respecto a la contratación laboral y su estabilidad, como la de los regímenes de promoción de las exportaciones y del Impuesto a la renta.
- El país también muestra un permanente esfuerzo para mejorar las condiciones para así simplificar el establecimiento y el funcionamiento de negocios. Para esto hace alusión al puesto ocupado en el ranking “Doing Business”, el cual hace un estudio regional del mejoramiento de las regulaciones de negocios de América del sur.
- Lo que también favorece mucho este buen clima para la inversión es que Perú posee distintos acuerdos Internacionales con países de todo el mundo.
- Además Perú posee lo que llama Política de Integración Comercial–Acceso a Mercados. Aquí se presenta como una Economía que trabaja en el proceso de Globalización, y que gracias a sus Acuerdos internacionales y gestiones posibilita el acceso a un mercado de aproximadamente 4 mil millones de personas.
- Además de toda la información entregada el País hace referencia a sectores específicos, con gran potencial de inversión. Algunos de estos sectores son: Agronegocios, sector Pesca, Energía y Minería y el sector textil entre otros.

Como es de esperarse los países recurren a sus fortalezas, a sus puntos positivos. Es por esto que la manera de mostrarse o de mostrar las características en que más resalta, difieren entre los distintos países. Debido a esto es que para poder realizar perfiles de mercado-país se debe recurrir a fuentes de información, externas, más objetivas. Para esto se recurre a otros organismos como agencias clasificadoras de riesgo, por ejemplo.

Otro punto importante observable en lo que muestran los países, es que al ver este listado de características, se puede deducir que algunos países tienen mejores condiciones para recibir cierto tipo de inversión, por ejemplo, Corea del Sur sería una buena opción para invertir en empresas relacionadas a la tecnología, también para que una empresa residente en otro país abra una sucursal, gracias a la calidad de los recursos humanos de Corea, y por su ubicación geográfica sería excelente opción para instalar un centro de logística o de distribución.

1.7. Tabla países.

Factores/países	Chile	Perú	México	Estados Unidos	Corea del Sur	Brasil	Costa Rica
Económicos, fiscales, laborales.	Crecimiento, disciplina y estabilidad fiscal, expansión del PIB, fortaleza del mercado laboral. Bajos niveles de desempleo.	PIB, PIB per Cápita, proporción del PIB que corresponde a IED, flujos de IED, Inflación.	Principales receptores de IED a nivel mundial, baja Inflación, tamaño y fortaleza del mercado interno, tasa de crecimiento.	Tamaño de mercado, PIB, PIB per cápita. Economía poco intervenida.		Tamaño del mercado, fortaleza y estabilidad de la moneda, Inflación.	Estabilidad económica. Se presenta como plataforma de acceso a un tercio de la población mundial y a dos tercios del PIB global.
Políticos, legales.	Activa política de acuerdos comerciales	Marco favorable para IE, regímenes especiales con garantías para Inverso y Receptor, de contratación y estabilidad. Acuerdos internacionales.	Tratados de Libre Comercio.	Sistema laboral flexible. Gran cantidad de incentivos.	El gobierno coreano realiza esfuerzos y trabajos para flexibilizar e incluso eliminar reglamentos con respecto a la zona fronteriza.	Presenta un sistema político democrático fuerte y estable.	Estabilidad política, tradición democrática. Sistema poco restrictivo. El país tiene estándares internacionales en lo que respecta a derechos de propiedad.
Sociales, culturales.	País con bajos niveles de corrupción. Se habla de un país con "talento" esto por la gran cantidad de estudiantes e instituciones educacionales en el país. A nivel internacional, Chile se posiciona como un buen lugar para vivir con respecto a la seguridad social.				Corea además presenta un alto nivel en lo que corresponde a RRHH, gracias a la gran cantidad de estudiantes de Ingeniería y ciencias, de los cuales 100 mil se gradúan cada año y también la mayoría opta por postgrados.		Alta calidad de vida y figura como uno de los países más seguros del mundo.
Recursos naturales, geográficos, infraestructura.	Se presenta al país como un buen lugar para vivir, también por su grandiosa geografía.		País con moderna infraestructura, con inversiones para modernizar y ampliar infraestructura de transporte y comunicaciones.	El país cuenta con un sistema óptimo de transporte, carreteras. Además cuenta con 17 aeropuertos de carga y contenedores, dentro de los más grandes del mundo. Abundancia en recursos naturales y gran producción agrícola.	El país coreano destaca principalmente por su ubicación para ser centro de logística o también sede regional en Asia.	Posee un amplio territorio con abundantes recursos hídricos y minerales.	Óptima infraestructura.
Otros: clasificaciones, rankings, información de fuentes externas, organismos internacionales.		Informe Doing Business (BM), clasificación riesgo país.	WIR, lo posiciona dentro de los países más atractivos para invertir.				93% de la energía usada es renovable. Es uno de los países con mejor desempeño ambiental a nivel global.

2. Información entregada por textos

Sumándose a la información expuesta por la muestra de países anteriormente, se realizó una revisión a algunos documentos, distintos en cuanto a contenido y fuentes de origen. Esto con el objetivo de seguir en la búsqueda de los elementos para elaborar un Perfil de Mercado-País. La revisión contiene a: El Índice de potencial de atracción de IED de la UNCTAD, el informe “Impacto de la Inversión Extranjera Directa en Colombia” de 2007 y “¿Cómo atraer Inversión Extranjera Directa?”, buscando dentro de estos la información respecto a Qué es lo que hace atractivo a un país para ser destino de IED.

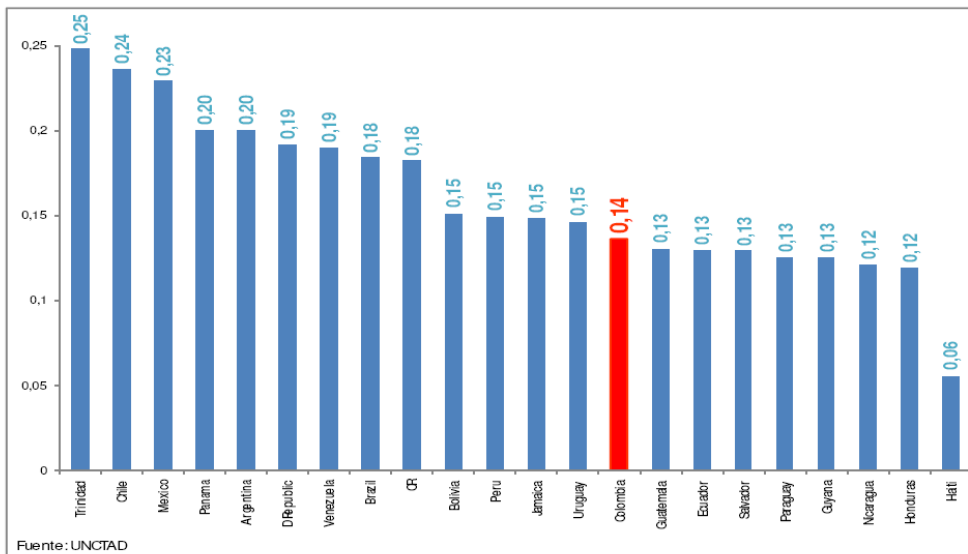
➤ Índice de potencial de atracción de IED

En este índice usado por la UNCTAD se calcula como un promedio simple de las siguientes 12 variables, normalizado para producir valores entre 0, para el más bajo; y 1, para el más alto:

- PIB per cápita, variación del PIB durante la última década;
- la proporción de exportaciones respecto del PIB;
- los promedios de líneas telefónicas fijas y teléfonos móviles por 1000 habitantes;
- el uso comercial de energía per cápita; la proporción del gasto en investigación y desarrollo (R&D) respecto del PIB;
- la proporción de estudiantes universitarios en la población;

- el riesgo país;
- la participación en las exportaciones mundiales de recursos naturales;
- la participación en las importaciones mundiales de partes de automóviles y equipos electrónicos;
- la participación en las exportaciones mundiales de servicios;
- y la participación en el saldo mundial de IED.

Gráfico III-5. Índice de potencial de atracción de IED para países latinoamericanos seleccionados (Promedio 2003-2005)



➤ “Impacto de la Inversión Extranjera Directa en Colombia”

En este informe de 2007, además de analizar el impacto como tal, se establecen determinantes de la IED para Colombia, sin embargo son aplicables de manera general, ya que establece qué es lo que hace que Colombia atraiga inversión y cómo podría ser aún más atractiva. Adicionalmente, se compara a otros países y expone casos exitosos. Es por todo esto que este informe aporta con información para el presente estudio, ya que ayuda a tener más claridad sobre qué es lo que hace a un país atractivo para recibir IED y por lo tanto qué debe contener un Perfil de Mercado-País, para tomar decisiones con la mayor seguridad al seleccionar un destino de IED. De manera general el informe establece cuatro categorías de factores determinantes: La coyuntura económica mundial, regional y del país; los factores que los inversionistas consideran relevantes bajo el criterio de cada uno, según sus objetivos e intereses; La capacidad competitiva de los países para volverse atractivos como destino de IED; por último Políticas Públicas y los incentivos que proveen las economías receptoras.

En la primera categoría nombrada, la coyuntura económica mundial, regional y del país se plantean como puntos importantes y significativos se encuentran el crecimiento económico de los principales países que invierten dentro de esta economía, los flujos desde estos países hacia afuera y las fusiones y adquisiciones por sector por parte de inversionistas extranjeros en el mundo.

La segunda categoría plantea que las decisiones de posible localización de los inversionistas en un país determinado, dependerán también del estudio y balance que ellos realicen entre ventajas y desventajas que perciban, todo esto en términos

relativos, comparando costos y beneficios asociados esperados entre diferentes candidatos, algunos de estos costos podrían ser fundamental costos de producción tomando en cuenta los factores como por ejemplo el capital físico y humano, insumos como servicio de comunicaciones y transporte, costos de transacción dentro de los cuales están los costos de negociación, definición, protección y cumplimiento de contrato, y por último los costos tributarios.

Algunas de las ventajas que más podrían pesar en una comparación entre países de similares circunstancias serían la dotación de factores, la disponibilidad de tecnología, el tamaño del mercado, las preferencias de los consumidores, entre otros. En la tercera categoría se habla de la capacidad competitiva del país, aquí el informe nombra los siguientes puntos que la componen:

“Un marco institucional que garantice una eficiente asignación de recursos, logre un equilibrio político y social sostenible, preserve la estabilidad macroeconómica y establezca una regulación clara para la IED; un gobierno con credibilidad; un mercado de cierta magnitud, con perspectivas de expansión y mínimas distorsiones; un adecuado ingreso per cápita; una política comercial que consiga acceso a mercados regionales y globales; ventajas comparativas en dotación de recursos naturales e infraestructura y en acumulación de mano de obra, capital humano y otros factores(conocimientos) que generen externalidades positivas; buena calidad (liquidez y apertura, prácticas contables, estándares de gobiernos corporativos) y profundidad de los mercados financieros domésticos; favorabilidad de los regímenes laboral y tributario; y, finalmente, buena calidad de las instituciones (fortaleza del sistema legal, baja corrupción y estabilidad jurídica). ((FEDESARROLLO), 2007)

Por último en la cuarta categoría se encuentran las Políticas Públicas que de por sí representan un factor para atraer IED. El informe plantea que al crear los incentivos adecuados, las políticas públicas pueden mejorar la posición competitiva del país para atraer IED. La política fiscal al otorgar ventajas tributarias o focalización del gasto público. La financiera a través de condiciones especiales de crédito. Y la política comercial mediante tratados y preferencias o restricciones de acceso a mercados.

➤ “¿Cómo atraer Inversión Extranjera Directa?”

En este trabajo el objetivo principal fue identificar los instrumentos que posee un país para atraer IED.

Estos instrumentos se pueden dividir en dos puntos: Determinantes y Políticas de atracción de IED.

Dentro de los determinantes se establecen distintos factores como lo son:

- El tamaño del mercado de destino, este se puede medir a través del ingreso total de una economía o también por el tamaño de la población y el ingreso per cápita.
- Otra característica para tomar en cuenta es el volumen del comercio internacional, o las ventajas que puede ofrecer un país cuyo comercio internacional ofrece también ventajas como acuerdos internacionales que pudieran ofrecer acceso a terceros países.
- La localización geográfica de un país puede convertirse en un gran atractivo, ya que puede representar bajos costos.

- Al buscar eficiencia productiva muchas empresas buscar tener menores costos de producción, por lo que buscan un país en donde la fuerza laboral es abundante y que a su vez los salarios son bajos, relativamente.
- Siguiendo rumbos más tradicionales, hay inversionistas que buscan explotar ciertos recursos naturales existentes en otros países, lo que es menos que antes ya que han ido surgiendo diversos sustitutos para este tipo de recursos.
- También en la búsqueda de activos estratégicos en la actualidad, muchos buscan activos mucho más especializados, como puede ser infraestructura especial para telecomunicaciones, fuerza laboral altamente calificada, o el desarrollo de ciertas habilidades muy específicas (Knowhow).

Se han expuesto determinantes de IED como: las características de la fuerza laboral, tamaño del mercado, ubicación geográfica, cierta dotación de factores o recursos naturales, etc. No obstante existen otros factores, aquí llamados factores institucionales y de política.

Se describen políticas que pueden usar los gobiernos, las cuales en el estudio revisado se dividen en dos grupos: Factores institucionales o estructurales y políticas de incentivo.

En el primer grupo se plantean los siguientes puntos:

- Fundamentos económicos, una situación económica inestable o volátil puede ser razón de rechazo de IED, por el contrario una situación con mayor estabilidad y menor incertidumbre con respecto a la situación macroeconómica futura puede resultar

mucho más atractiva. En esta situación estable también se incluye que el país posea finanzas públicas sanas y un régimen cambiario transparente.

- Provisión de infraestructura, si un país no cuenta con infraestructura adecuada como carreteras, puertos y aeropuertos puede significar que posibles inversores declinen y rechacen ese país como nuevo destino.
- Marco legal y regulatorio, el tener un sistema transparente, estable y claramente definido representa un punto a favor del país de destino, no así un sistema altamente complejo y con vaguedades.
- El nivel de educación, así como hay inversores que buscan pagar bajos salarios, hay otros que buscan fuerza de trabajo calificada por lo que el nivel y calidad de la educación de un país es crucial.

En el segundo grupo se encuentran las Políticas de Incentivos:

- Los incentivos fiscales, estos abarcan privilegios para las empresas establecidas a través de IED. Pueden ser de diversas formas como por ejemplo: reducción en la tasa de impuesto a la renta, tasas de depreciación acelerada, deducciones de contribuciones de seguridad social, regímenes especiales de deducción de impuestos, etc.
- También están los incentivos financieros, generalmente estos consisten en subsidios o apoyos económicos para las empresas extranjeras, estos pueden ser entrega de terrenos o instalaciones para las empresas. Otros tipos de incentivos financieros son

los préstamos subsidiados, garantías para acceso al crédito, los subsidios salariales, subsidios al desarrollo de actividades como la investigación y desarrollo, etc.

- Por último están las Políticas de promoción, estas sitúan al gobierno como protagonista y facilitador de la IED. Esto a través de políticas de difusión de oportunidades de inversión, entrega de información a potenciales inversionistas, giras promocionales a nivel internacional, etc.

2.1. Tabla Textos

Factores/Textos	Índice potencial de atracción de IED	¿Cómo atraer IED?	Impacto de la IED en Colombia
Económico, fiscales.	PIB per cápita, variación PIB últimos 10 años. Proporción de exportaciones respecto del PIB, participación en las exportaciones mundiales de servicios. Participación en el saldo mundial de IED.	Tamaño de mercado, Ingreso total, Ingreso per cápita. Volumen de comercio internacional. Salarios bajos y fuerza laboral abundante. Estabilidad de la situación macroeconómica. Incentivos fiscales y financieros.	Tamaño de Mercado, crecimiento económico de los principales países que invierten dentro de esa economía, Ingreso per cápita.
Sociales, culturales.	Proporción de estudiantes universitarios en la población.	Buenos niveles de educación, para así también contar con fuerza laboral altamente calificada.	Equilibrio social sostenible.
Recursos naturales, geográficos, infraestructura.		Localización geográfica, puede convertirse en un punto de atracción para los inversionistas. Para algunos los recursos naturales en un país siguen siendo un punto clave para tomar estas decisiones. Infraestructura especial para telecomunicaciones además de carreteras, puertos y aeropuertos.	Ventajas comparativas en dotación de Recursos Naturales e infraestructura principalmente la respectiva a comunicaciones y transporte.
Otros: clasificaciones, rankings, información de fuentes externas, organismos internacionales	Riesgo País		

Parte II

Luego de repasar el contenido de las dos tablas anteriores, de países y textos incluidos en el presente trabajo, se realizó análisis y comparación para poder definir los principales elementos para elaborar un Perfil de Mercado-País.

1. Elementos para un perfil de mercado-país.

Tomando en cuenta similitudes y puntos presentes en ambas tablas, los siguientes serán las variables a tomar en consideración como base para obtener un perfil óptimo:

- Factores económicos, fiscales y laborales:
 - Crecimiento económico: se entiende como el cambio o variación cuantitativa o expansión de la economía de un país. Convencionalmente el CE se mide como el aumento porcentual del PIB o del PNB en un año.
 - PIB: Producto interno bruto, se define como el valor de los servicios y bienes finales producidos en un país en un año.
 - PIB per cápita: es el PIB dividido por la cantidad de habitantes de un país.
 - Estabilidad de la economía: esto se refiere a las variaciones de una economía en un tiempo determinado y la magnitud de estas variaciones. En este caso se contemplará un mediano plazo de tres años.
 - Inflación: es el aumento porcentual del nivel de precios de una economía.
 - Sistema fiscal, se tomará en cuenta:

- Estabilidad fiscal: para que el sistema se considere estable no debe presentar mayores modificaciones en un periodo de tres años.
- Incentivos fiscales: Beneficios o estímulos que se presentan en forma de reducciones o exenciones de pago de ciertos tributos(economía48)
- Mercado laboral:
 - Tamaño del mercado laboral: Es la cantidad de trabajadores disponibles para los requerimientos de la empresa interesada.
 - Nivel salarial: este nivel corresponde a los sueldos ya establecidos, salarios mínimos del país.
- Factores políticos y legales:
 - Políticas de Acuerdos comerciales internacionales: es el sistema bajo el cual un país maneja estos temas, en base a qué protocolo o términos se tratan los asuntos internacionales y hacia qué objetivos apuntan.
 - Estado de relaciones internacionales: Estabilidad de las relaciones exteriores en especial con los países con quienes se sostienen acuerdos comerciales.
 - Sistema político estable: para abordar esta variable se debe tomar en cuenta la situación política durante un periodo de tiempo y que tanto ha variado o sostenido en ese tiempo.

- Marco legal favorable para la IED: esto dice que las leyes que rigen directa e indirectamente a las partes relacionadas a la IED estén direccionadas a facilitar y restringir lo menos posible el buen funcionamiento de los procesos.
- Protección de derechos de propiedad: Cómo las leyes cumplen el objetivo de resguardar estos derechos y que tanto cambian y son respetadas.
- Fortaleza del sistema legal: un sistema legal fuerte es aquel donde se tiende a respetar las leyes y donde no es habitual la modificación de estas para satisfacer distintos intereses.
- Nivel de restricción: cada país posee distintas normas que limitan o restringen la IED. Se presentan de distintas formas como mínimos establecidos para contrataciones de trabajadores del país, impuestos, requerimientos de entrada, etc. Por lo que el inversor debe establecer que tan restrictivo es el receptor según sus intereses y capacidades.
 - Factores sociales y culturales:
- Educación:
 - Nivel de educación: Habla del grado al cual llegan la mayoría de los estudiantes.
 - Cantidad: Proporción de la población que cursa estudios.
 - Calidad de la educación: Tomando en cuenta este punto se puede concluir que tan calificada es la fuerza laboral de un país.

- Índice de desarrollo humano, es un indicador socioeconómico que realiza la ONU para ver el progreso del país. Este se calcula según tres variables, salud, a través de la esperanza de vida de un país; Educación, nivel de alfabetización; INB per cápita. Según sus resultados se obtiene un índice y se realiza un ranking con los países estudiados.

➤ Factores geográficos, de infraestructura y recursos naturales:

- Infraestructura en transporte: componentes de un país como puertos terrestres aéreos y marítimos.
- Infraestructura en comunicaciones: Nivel de las condiciones de telecomunicaciones disponibles para el inversor.
- Recursos naturales, hídricos, minerales, etc.: recursos disponibles en un país.
- Ubicación propiamente tal: el inversor debe identificar si la ubicación misma del país potencialmente receptor es la adecuada o si incluso puede tener aún más beneficios, como servir como puerta hacia otros países.

➤ Factores adicionales, clasificaciones, rankings, información de fuentes externas, organismos internacionales:

- Informe de competitividad: este informe analiza y clasifica la habilidad de las naciones para crear y mantener un ambiente en el cual las empresas puedan competir.

- Ranking Ambiente de Negocios (EIU): busca medir la calidad o el atractivo del entorno empresarial en las economías más grandes del mundo.
- Informe Doing Business (BM): Este informe busca proporcionar una medición de forma objetiva de las normas que regulan la actividad empresarial y cómo éstas se ponen en práctica en 189 economías y ciudades seleccionadas en el ámbito subnacional y regional.
- Índice de Libertad (fundación Heritage y The Wall Street Journal): es un estudio realizado con el objetivo de clasificar, estudiar y valorar 183 países en cuanto al grado de libertad económica, lo que se entiende como la “ausencia de coerción”.
- Clasificación de Riesgo País
- WIR (índice de potencial atracción de IED): como su nombre lo anuncia mide el potencial de atracción de un país, y se realiza un promedio simple entre 12 variables.

Se usarán los disponibles según fechas o requerimientos del estudio, a su vez según los intereses de la entidad el responsable del estudio puede agregar o quitar otros más o menos específicos.

2. Propuesta análisis del perfil de mercado-país.

Ya que cada empresa posee distintos criterios para tomar decisiones, se ha perseguido que el presente trabajo pueda ser útil para una gran mayoría de estas. Quien lo use puede tomarlo y moldearlo según sus propias necesidades. Existen organizaciones que como punto principal buscan bajos costos, otras pueden poner especial atención en fuerza laboral altamente calificada sin importar que los salarios sean más altos, otras por su parte buscan aquellos países en los cuales pueden acceder a recursos naturales abundantes. Por lo tanto cada una debe establecer la importancia que cada factor representa para ella al momento de realizar perfiles y compararlos entre sí para decidir a cual país-mercado entrar.

Como se planteó anteriormente, al ser los criterios tan relativos a los intereses propios de cada empresa u organización resultaría muy difícil estandarizar por completo la relevancia de cada factor. No obstante se puede usar, por ejemplo, la siguiente escala:

-2= Muy Desfavorable

-1= Desfavorable

0= No influye

1= Favorable

2= Muy favorable

Aquí, quien esté a cargo de la evaluación bajo los parámetros que estimen convenientes, le asignará la puntuación correspondiente a los factores, de manera individual y luego según ésta obtener una puntuación para el país en general, para así facilitar la comparación entre dos ó más candidatos.

2.2. Tabla Propuesta

Variables/puntuación	-2	-1	0	1	2	Aclaración
1.Crecimiento económico						
2.PIB						
3.PIB per cápita						
4.Inflación						
5.Estabilidad de la economía						
6.Sistema fiscal						
7.Mercado laboral						
8.Políticas de acuerdos comerciales						
9.Estado de relaciones internacionales						
10.Estabilidad sistema político						
11.Marco legal						
12.Protección de derechos de propiedad						
13.Fortaleza y claridad del sistema legal						
14.Nivel de restricción						
15.Educación						
16.Equilibrio social						
17.Infraestructura en telecomunicaciones						
18.Infraestructura de transporte						
19.Recurso naturales						
20.Ubicación propiamente tal						
21.Informe de competitividad (IMD)						
22.Índice de libertad (Heritage foundation y The Wall Street journal)						
TOTAL						

Además para ayudar a la comparación posterior entre los candidatos se usará clasificación según el rango de puntaje obtenido, donde:

Se calificará un resultado “Muy favorable” cuando el Perfil obtenga desde 23 puntos hasta el máximo 44 puntos. “Favorable” para los cuales obtengan entre 22 y 1 puntos; “No influye” en el caso de que el puntaje obtenido sea 0; con un puntaje entre -1 y -22 se clasificará como “Desfavorable”; por último aquellos que obtengan entre -23 y -44 puntos quedarán en la categoría “Muy desfavorable”.

3. Propuesta con proyección.

Sin embargo al realizar este estudio la empresa tendrá la opción de analizar un escenario a mediano plazo, lo que le ayudará a decidir si el mejor momento para invertir en los candidatos seleccionados es en el presente o en el mediano plazo (dentro de 3 años).

Aquí se pueden presentar tres escenarios, en el primero la proyección puede indicar que la situación a 3 años se mantendrá estable o realmente muy similar a la actual, por lo que realizar el proceso ahora o en 3 años no tendría mayores diferencias y sólo dependerá de los tiempos y capacidades de la empresa.

Segundo, puede darse la situación de que el escenario sea un poco más inestable incluso desfavorable en 3 años hacia adelante, por lo que la empresa debería iniciar el proceso en el tiempo presente a excepción de que los puntos o variables afectadas negativamente sean tan relevantes para un éxito futuro en la empresa, que puede finalmente desembocar en que la organización descarte al país y busque otro destino.

Tercero, existe también la posibilidad de que el escenario sea incluso mejor que el actual (el que ya era favorable para iniciar el proceso), lo que genera mejores

oportunidades, lo que a su vez hará que los encargados de la investigación se vean llamados a realizar el proceso en el mediano plazo. Esto también será una decisión netamente basada en los objetivos e intereses de la organización.

3.1. Tabla Propuesta con proyección.

Variables/puntuación	-2	-1	0	1	2	Aclaración
1.Crecimiento económico	X	X				
2.PIB		X X				
3.PIB per cápita		X	X			
4.Inflación					X X	
5.Estabilidad de la economía			X		X	
6.Sistema fiscal			X X			
7.Mercado laboral		X	X			
8.Políticas de acuerdos comerciales				X	X	
9.Estado de relaciones internacionales			X X			
10.Estabilidad sistema político			X	X		
11.Marco legal			X	X		
12.Protección de derechos de propiedad				X	X	
13.Fortaleza y claridad del sistema legal				X	X	
14.Nivel de restricción				X	X	
15.Educación				X	X	
16.Equilibrio social	X X					
17.Infraestructura en telecomunicaciones		X X				
18.Infraestructura de transporte		X	X			
19.Recursos naturales				X X		
20.Ubicación propiamente tal					X X	
21.Informe de competitividad (IMD)				X	X	
22.Índice de libertad (Heritage foundation y The Wall Street journal)			X	X		
TOTALES PARCIALES	(-4) (-2)	(-3) (-5)	(0) (0)	(7) (4)	(10) (12)	
TOTAL	(10) (9)					

4. Resumen capítulo II

En el segundo capítulo del presente trabajo se hizo una revisión y posterior análisis de la información entregada por una muestra de países y también textos relacionados mayormente con la atracción de IED. Información relevante, que fuese útil para el principal objetivo: definir los elementos de un perfil de mercado-país.

Una vez finalizada la identificación de los elementos, el siguiente paso fue buscar un medio, a través del cual se continuara con el propósito de ayudar y/o apoyar a quien esté evaluando países candidatos.

Se buscó una manera de asignar puntaje a los elementos, respetando el criterio de cada organización en relación a lo que es importante para cada una. Esto último tiene la finalidad de hacer más ordenado el estudio como también facilitar la posterior comparación entre los candidatos a los cuales se les hizo el perfil. Además de analizar la situación de los países de manera actual para una entrada a corto plazo, se propone la alternativa de poder hacerlo con proyecciones pensadas de tres años hacia adelante.

Capítulo III

En el presente capítulo, el objetivo perseguido es respaldar y reafirmar que la tabla propuesta y sus variables son adecuadas como alternativa de evaluación comparativa de perfiles de países ante una eventual preselección en una posible inversión extranjera. Para lograr lo mencionado se analizaron tres casos reales de inversión extranjera directa. En cada caso se compara al país al que realmente la empresa entró versus otro de una zona cercana para una misma época, luego estos resultados fueron traspasados a la tabla de evaluación para definir el puntaje de cada uno.

La clasificación por puntaje como se estableció en el capítulo anterior será:

- “Muy favorable” si el puntaje obtenido sea desde 23 a 44 puntos.
- “Favorable” si fluctúa entre 22 y 1 puntos.
- “No influye” si el puntaje fuera igual a 0.
- “Desfavorable” si el puntaje va desde -1 a -22 puntos
- “Muy desfavorable” si los puntos varían entre -23 y -44.

Parte I

1. Casos de estudio.

1.1. Caso Falabella

Siempre con la atención puesta en las nuevas tendencias, la compañía que comenzó como sastrería en 1889, ha ido conquistando la región. Cautelosamente y paso a paso es como ingresó en Argentina en 1993, en Perú en 1995 pero recién en 2002 lo hizo con Tottus y luego en 2004 con Sodimac.

Más tarde en 2006 Falabella comienza a operar su primera tienda en Bogotá, Colombia.

Siendo así, esta última inversión seleccionada como caso de estudio, donde se realiza perfil y posterior análisis y comparación entre Colombia y Ecuador, con datos de los años 2004 y 2005.

1.1.1 Colombia

VARIABLES	-2	-1	0	1	2	
1. Crecimiento económico				X		5,3% anual 2004 (www.datosmacro.com, s.f.)
2.PIB					X	117.092M (USD)
3.PIB per cápita				X		2.764\$ (USD)
4.Inflación			X			5,5%
5.Estabilidad de la economía				X		Estable, no se observan mayores acontecimientos.
6.Sistema fiscal (incentivos, estabilidad)		X				Mal sistema impositivo, según lo indica el Índice de libertad
7.Mercado laboral (tamaño, SMI)				X		SMI 128,7 dólares, población 42.368.000 en 2004

8. Políticas de acuerdos comerciales internacionales				X		A inicios del siglo XXI comienzan a tener más TLC, más incentivos para IED
9. Estado de relaciones internacionales				X		Relativamente estable y abriéndose
10. Estabilidad del sistema político				X		Estable, pero alta presencia de corrupción
11. Marco legal para IED				X		Bajas barreras, estable, busca trato igualitario.
12. Protección de los derechos de propiedad			X			Insuficiente
13. Fortaleza del sistema legal			X			No muy claro, vulnerable a la corrupción
14. Nivel de restricción		X				Alto, sufre modificaciones sobre la marcha
15. Educación (nivel, cantidad, calidad)			X			Desigualdad, bajo promedio de escolaridad.
16. Equilibrio social			X			Debajo de Ecuador en IDH, lugar 166°
17. Infraestructura en telecomunicaciones				X		Existe, claro que no al nivel de las economías desarrolladas.
18. Infraestructura de transporte				X		Cuenta con caminos puertos, etc. Tampoco al nivel de economías desarrolladas.
19. Recursos naturales, minerales, hídricos, etc.				X		Diverso debido a su topografía
20. Ubicación propiamente tal			X			Sólo un poco más lejos que Ecuador
21. Informe de competitividad (IMD)				X		Puesto 16 en el año 2003
22. Índice de libertad (Heritagefoundation y Wall Street Journal)				X		Puesto 83, puntaje 3,13 en 2004
Total	13					

1.1.2. Ecuador.

Variables	-2	-1	0	1	2	
1. Crecimiento económico					X	8,2% en 2004
2.PIB			X			36.592M (USD)
3.PIB per cápita				X		2.700 (USD)
4.Inflación				X		1,95% en 2004
5.Estabilidad de la economía		X				Algo de estabilidad, dolarización, post golpe.
6.Sistema fiscal (incentivos, estabilidad)			X			Algo de estabilidad, nada de incentivo
7.Mercado laboral (tamaño, SMI)			X			SMI 144US\$
8.Políticas de acuerdos comerciales internacionales			X			No muchos, recién desde 2008 comenzaron a aumentar.
9.Estado de relaciones internacionales			X			Difícil y poca continuidad, situación que s mantuvo hasta 2007 aprox.
10.Estabilidad del sistema político		X				No realmente estable debido al reciente golpe de estado.
11.Marco legal para IED		X				Según EIU desalienta la IED modificando las leyes habitualmente.
12.Protección de los derechos de propiedad			X			Estable pero bajo nivel de protección.
13.Fortaleza del sistema legal			X			Existe corrupción y poca claridad.
14.Nivel de restricción			X			Alto nivel de restricción.
15.Educación (nivel, cantidad,calidad)			X			Más menos parecido a la situación de Colombia, un poco más precario.
16.Equilibrio social				X		Mejor que Colombia en IDH, lugar 159°

17. Infraestructura en telecomunicaciones			X			Existe
18. Infraestructura de transporte			X			Existe
19. Recursos naturales, minerales, hídricos, etc.				X		Existe
20. Ubicación propiamente tal				X		Un poco más cerca que Colombia.
21. Informe de competitividad (IMD)			X			No Hay para este año
22. Índice de libertad (Heritagefoundation y Wall Street Journal)		X				Lugar 126 en 2004
Total	3					

1.2. Caso Starbucks.

Starbucks Coffeecompany, anuncia a comienzos del año 2003 que ha firmado un acuerdo de joint venture con Grain Red S.A. que toma el nombre de Sur-Andino Café S.A. para abrir locales a lo largo de Chile, inaugurando el primero el segundo semestre del mismo año.

El estudio se remonta a los años 2001 y 2002, comparando a Chile y Brasil.

1.2.1. Chile.

Variables	-2	-1	0	1	2	
1. Crecimiento económico				X		3,3% en 2001
2. PIB			X			70.968M\$
3. PIB per cápita				X		4.557US\$
4. Inflación				X		2,636% en 2001
5. Estabilidad de la economía			X			Luego de la crisis asiática, algo mejor
6. Sistema fiscal (incentivos, estabilidad)			X			Sin grandes variaciones, régimen arancelario mayor de la región.
7. Mercado laboral (tamaño, SMI)				X		180,2US\$ SMI
8. Políticas de acuerdos comerciales internacionales				X		Ya en 2001 era parte de varios tratados, situación buena y en aumento
9. Estado de relaciones internacionales				X		Buenas, a pesar de un par de excepciones
10. Estabilidad del sistema político				X		Estable, sin grandes variaciones.
11. Marco legal para IED				X		Bueno, propicio
12. Protección de los derechos de propiedad				X		Alto nivel de protección de derechos
13. Fortaleza del sistema legal				X		Claro y fuerte
14. Nivel de restricción			X			No muy alto, pero a partir de 2001 entró en vigencia nueva ley que regularía aún más la actividad comercial
15. Educación (nivel, cantidad, calidad)			X			Sólo un poco mejor que Brasil.
16. Equilibrio social				X		Mejor que Brasil, lugar 115°
17. Infraestructura en telecomunicaciones				X		Aceptable, no a niveles de país desarrollado.

18. Infraestructura de transporte				X		Aceptable, no a niveles de país desarrollados
19. Recursos naturales, minerales, hídricos, etc.				X		Diversos, gracias a su geografía.
20. Ubicación propiamente tal			X			Más lejos que Brasil.
21. Informe de competitividad (IMD)				X		Lugar 24, año 2001
22. Índice de libertad (Heritage foundation y Wall Street Journal)					X	Obtuvo puntaje 2 versus 3,25 en 2001, lo que dice que es más libre que Brasil, económicamente.
Total	17					

1.2.2. Brasil.

Variables	-2	-1	0	1	2	
1. Crecimiento económico		X				1,4% en 2001
2. PIB			X			559.982M en US\$
3. PIB per cápita			X			3.184US\$
4. Inflación		X				7,673% en 2001
5. Estabilidad de la economía			X			Relativamente estable, algunos cambios
6. Sistema fiscal (incentivos, estabilidad)			X			Sin grandes variaciones, estable. Especialmente favorable para países dentro del MERCOSUR.
7. Mercado laboral (tamaño, SMI)				X		88,5US\$ SMI
8. Políticas de acuerdos comerciales internacionales			X			Buenos pero más convenientes para los países integrantes del MERCOSUR
9. Estado de relaciones internacionales				X		Bueno y flexible
10. Estabilidad del sistema político				X		Relativamente estable

11.Marco legal para IED			X			En general, la legislación brasileña, tiene regulaciones que siguen frenando, la actividad comercial, además de ser numerosas y cambiantes.
12.Protección de los derechos de propiedad			X			Nivel moderado de protección
13.Fortaleza del sistema legal			X			Desempeño justo, procedimientos lentos, falta de recursos y poca transparencia.
14.Nivel de restricción			X			Numerosas y cambiantes regulaciones
15.Educación (nivel, cantidad, calidad)			X			Solo un poco por debajo de Chile
16.Equilibrio social			X			Por debajo de Chile, lugar 139°
17.Infraestructura en telecomunicaciones				X		Por su tamaño y economía, Brasil cuenta con más que Chile
18.Infraestructura de transporte				X		Por su tamaño y economía, Brasil cuenta con más que Chile
19.Recursos naturales, minerales, hídricos, etc.				X		Por su tamaño, Brasil cuenta con más que Chile
20.Ubicación propiamente tal				X		Más cerca que Chile
21.Informe de competitividad (IMD)			X			Lugar 31 en 2001
22.Índice de libertad (Heritage foundation y Wall Street Journal)		X				Obtuvo puntaje de 3,25 en 2001. En comparación al puntaje 2 de Chile para el mismo año.
Total	4					

1.3. Caso Natura S.A.

La gigante de la cosmética brasileña a través de su modelo de venta directa ha crecido y llegado a varios países de América latina, como Chile, Perú, Colombia, Argentina, además de México. Liderando iniciativas de cuidado y compromiso con el medio ambiente, uso sustentable de las materias primas en Brasil.

En la búsqueda constante de nuevos mercados en cuando aparece Francia como nueva incursión en 2005.

En este caso se hace una comparación entre Francia e Italia para los años 2003 y 2004.

1.3.1. Francia

VARIABLES	-2	-1	0	1	2	
1. Crecimiento económico				X		0,8% en 2003
2. PIB				X		1.851.660M en US\$
3. PIB per cápita				X		30.809 en US\$
4. Inflación			X			2,156%
5. Estabilidad de la economía				X		Estable para esos años, tendiendo a la baja inversión y crecimiento
6. Sistema fiscal (incentivos, estabilidad)			X			Estable, impuestos altos
7. Mercado laboral (tamaño, SMI)			X			Altas regulaciones al mercado laboral, SMI
8. Políticas de acuerdos comerciales internacionales				X		Buenas, nivel bajo de proteccionismo
9. Estado de relaciones internacionales				X		Bueno, especialmente al pertenecer a la UE
10. Estabilidad del sistema político				X		Estable
11. Marco legal para IED		X				Bueno, bajas barreras, reglas sencillas

12. Protección de los derechos de propiedad				X		Nivel alto de protección, instituciones competentes
13. Fortaleza del sistema legal				X		Relativamente estable y transparente
14. Nivel de restricción				X		No hay grandes restricciones
15. Educación (nivel, cantidad, calidad)				X		En el promedio de la OCDE
16. Equilibrio social				X		Mejor que Italia, lugar 68°
17. Infraestructura en telecomunicaciones				X		País desarrollado, muy buena infraestructura.
18. Infraestructura de transporte				X		País desarrollado, muy buena infraestructura.
19. Recursos naturales, minerales, hídricos, etc.				X		Diverso y abundante.
20. Ubicación propiamente tal			X			Sólo un poco más cerca que Italia
21. Informe de competitividad (IMD)				X		Lugar 23 en 2003
22. Índice de libertad (Heritage foundation y Wall Street Journal)		X				Lugar 40 en 2003, puntaje 2,55
Total	14					

1.3.2. Italia.

Variables	-2	-1	0	1	2	
1. Crecimiento económico			X			0,2% en 2003
2. PIB			X			1.572.653M en US\$
3. PIB per cápita			X			27.527 US\$
4. Inflación			X			2,498%
5. Estabilidad de la economía				X		Estable

6.Sistema fiscal (incentivos, estabilidad)			X			Altos impuestos
7.Mercado laboral (tamaño, SMI)		X				Rígido, algunas empresas deben contratar de por vida. No tiene salario mínimo
8.Políticas de acuerdos comerciales internacionales				X		Bajo nivel de proteccionismo
9.Estado de relaciones internacionales				X		Bueno
10.Estabilidad del sistema político			X			Relativamente estable. Era de Berlusconi
11.Marco legal para IED			X			Bastante libre, falta de transparencia
12.Protección de los derechos de propiedad			X			Generalmente se respetan
13.Fortaleza del sistema legal		X				Existe corrupción, en mayor que en Europa del norte
14.Nivel de restricción			X			Posee un nivel moderado de restricciones.
15.Educación (nivel, cantidad, calidad)			X			Más bajo que el promedio de la OCDE
16.Equilibrio social			X			Por debajo de Francia, lugar 76°
17.Infraestructura en telecomunicaciones				X		País desarrollado, muy buena infraestructura.
18.Infraestructura de transporte				X		País desarrollado, muy buena infraestructura.
19.Recursos naturales, minerales, hídricos, etc.				X		Diverso y abundante
20.Ubicación propiamente tal			X			Algo más lejos que Francia

21.Informe de competitividad (IMD)			X			Lugar 41 en 2003
22.Índice de libertad (Heritage foundation y Wall Street Journal)				X		Lugar 29 en 2003, puntaje 2,35
Total	5					

2. Resultados

Según los resultados obtenidos, se pueden clasificar los países estudiados de la siguiente manera:

Caso n°1 Colombia “favorable” con un puntaje de 13 en el perfil realizado, Ecuador a su vez también queda en esta categoría, sin embargo su puntaje sólo fue de 2.

Caso n°2 Chile y Brasil clasifican como “favorables”, el primero con 17 y el segundo con 4.

Caso n°3 Francia con 14 e Italia por su parte con 5, quedan en la categoría “Favorable” también.

3. Conclusiones

Al comienzo del estudio se plantea como objetivo principal el poder identificar y definir cuáles son los elementos que deben estar presentes en un perfil de mercado-país. Para esto se analizaron distintos datos, obtenidos desde textos y sitios gubernamentales, que hablan sobre qué es lo que hace atractivo a un país para invertir en él, cómo se muestran los países al mundo o qué es lo que potencian para volverse más idóneos ante una eventual inversión. Toda esta información se, analizó, cruzó y comparó ente si, logrando en primera instancia definir los elementos a tomar en cuenta, los cuales fueron clasificados en cinco categorías:

- Factores económicos, fiscales y laborales.
- Factores políticos y legales.
- Factores sociales y culturales.
- Factores de infraestructura, geográficos y recursos naturales.
- Factores adicionales, clasificaciones, rankings, organizaciones internacionales, etc.

Una vez realizados todos los pasos anteriores y con la identificación de los elementos, se prosiguió a la construcción del modelo de Perfil de Mercado-País.

Luego y con la finalidad de comprobar la utilidad del modelo, se llevó a la práctica, donde se aplicó a los tres casos revisados en el capítulo III, Natura S.A. y su entrada

a Francia, Starbucks y su primera tienda en Chile, y Falabella y su llegada a Colombia.

En base a los resultados obtenidos, el modelo propuesto sí representaría utilidad al momento de estudiar una nueva opción de internacionalización. El contar con la información adecuada, de por sí, ayuda a que la toma de decisiones se fortalezca y las líneas de acción venideras reduzcan, en parte, su riesgo.

Por lo tanto el modelo propuesto, sí ayudaría a fortalecer os procesos previos a una internacionalización. Además el modelo es totalmente flexible y se puede adaptar a las necesidades de una organización, entendiendo que todas las entidades son distintas entre sí, lo que a su vez hace que los objetivos de cada una difieran con los de otra.

Finalmente, el objetivo principal de este trabajo, el cual es responder a las pregunta de estudio, se cumple, al identificar y categorizar los componentes del modelo de Perfil de Mercado-País. A modo de reflexión, la idea es buscar siempre fuentes objetivas claras y lo más confiables posibles, entendiendo que estar bien informado es crucial y puede representar una gran diferencia al dar el siguiente paso.

Bibliografía

(FEDESARROLLO), F. p. (Diciembre de 2007). Impacto de la Inversión Extranjera en Colombia: Situación actual y perspectivas. Bogotá, Colombia.

Cámara chilena norteamericana de comercio, A. C. (s.f.). *amchamchile*. Recuperado el 26 de Julio de 2012, de <http://www.amchamchile.cl/content/arauco-firma-joint-venture-con-la-compa%C3%B1%C3%AD-belga-unilin-flooring>

Daniels, Radebaugh, & Sullivan. (2010). *Negocios Internacionales, Ambientes y Operaciones*. México D.F.: Pearson.

DIRECON, D. G. (2012). *direcon.gob.cl*. e <http://www.direcon.gob.cl/inversion/1432>

Fernández, E. (s.f.). Dirección estratégica de la internacionalización de la empresa. Viña del Mar, Chile.

FMI, F. M. (s.f.). *profesor en línea*. Recuperado el Julio de 2012, de <http://www.profesorenlinea.cl/geografiagr/GlobalizacionEs.htm>

Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing*. México : Pearson Educación.

Lerma Kirchner, A. L., & Márquez Castro, E. (2010). *Comercio y Marketing internacional*. México D.F.: Cengage Learning.

Press, A. -T. (2012). *Utilidades de Codelco ascienden a 7.000 millones de dólares*. Recuperado el 26 de Julio de 2012, de <http://noticias.terra.cl/nacional/utilidades-de-codelco-ascienden-a-7000-millones-de-dolares,40b2d3f74b046310VgnVCM20000099f154d0RCRD.html>

RAE. (s.f.). *Finanzas*.

<http://www.finanzas.com/concepto-de-globalizacion>

UNCTAD/OMC, C. d. (Julio de 2006). Guía para la Elaboración de Perfiles de Mercado. Ginebra, Suiza. Recuperado el Mayo de 2012, de <http://programasimr.sre.gob.mx/moodleimr/mat-cur/cvc000/docs/David/061103-MktProfile-guide-SP.pdf>

Cámara chilena norteamericana de comercio, A. C. (s.f.). *amchamchile*. <http://www.amchamchile.cl/content/arauco-firma-joint-venture-con-la-compa%C3%B1%C3%AD-belga-unilin-flooring>

DIRECON, D. G. (2012). *direcon.gob.cl*.

<http://www.direcon.gob.cl/inversion/1432>

<https://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/coyuntura/article/viewFile/2296/1854>

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1644021>

<http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/colombia?anio=2004>

<http://www.eluniverso.com/2004/03/11/0001/9/694DDE5452B44E3A890C410A8FC3425E.html>

<http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/ecuador?anio=2004>

<https://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=br&v=74&l=es>

<http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/chile?anio=2001>

https://elpais.com/diario/2004/02/21/economia/1077318006_850215.html

<http://www.latercera.com/noticia/2000-2009-la-decada-en-que-la-economia-chilena-perdio-el-impulso/>

<http://www.datosmacro.com/smi/francia>

<https://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/la-pol%C3%ADtica-comercial-de-colombia-del-pasado-al-futuro>

<https://es.scribd.com/document/55881578/Relaciones-Internacionales-de-Colombia-Durante-El-Gobierno-Uribe>

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3254217>

<http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales/>

http://www.iri.edu.ar/wp-content/uploads/2016/08/documentos_trabajos_11.pdf

<http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001/File/integracion%20de%20chile%20a%20la%20comunidad.pdf>

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/123747/La-politica-exterior-de-chile-durante-los-gobiernos-de-la-concertacion.pdf?sequence=1>

<http://www.semana.com/on-line/articulo/la-educacion-colombia-ha-avanzado-pero-no-suficiente/82492-3>

<https://es.scribd.com/doc/23693718/Ecuador-Educacion-en-los-ultimos-anos>

http://es.theglobaleconomy.com/Italy/davos_competitivenes/

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/127066/Informe%20de%20Competitividad%20Mundial%202001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/127427/146%20Competitividad_2003_EM_y_SO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/127418/147%20Olavarrieta%20Manzur.pdf?sequence=1>

http://www.iberglobal.com/Archivos/Index2011_highlights_Spanish.pdf

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1559757>

<https://www.colombia.com/colombia-info/informacion-general/recursos-naturales/>

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/yglesias_g_p/capitulo1.pdf

<https://comunidad.eclass.com/articulo/4805/falabella-un-largo-viaje-hacia-el-crecimiento-sustentable-de-beneficios>

<http://www.eclass.cl/articulo/30287/belleza-sustentable-la-formula-natura>

<http://www.emol.com/noticias/economia/2003/05/14/112378/starbucks-anuncia-planes-para-chile.html>

<https://datosmacro.expansion.com/idh>

<https://datosmacro.expansion.com/idh>

https://www.wto.org/spanish/res_s/statistics/wts2017_s/wts2017_s.pdf

<https://catedraempresafamiliar.unican.es/7-razones-invertir-brasil/>

<https://buyusa.gov/spain/perfildeeeuu/index.asp>

<http://www.promexico.mx/es/mx/por-que-mexico>

<https://connectamericas.com/es/service/descubre-las-ventajas-de-invertir-en-costa-rica-junto-cinde>

<http://www.prochile.gob.cl/difusion/varios/landing-pdac/index.html>