



Análisis de los factores del entorno bajo el enfoque de PESTEL y DAFO para el proyecto empresarial "FEQUIMA": Portal web de maquinarias, equipos y herramientas en Brasil

PRIETO PIÑA, DAMIRYA DANESA¹

Recibido: 06-07-2014 Revisado: 09-09-2014 Aceptado: 21-10-2014

RESUMEN

El objetivo del presente artículo fue hacer un análisis de los factores del entorno general, bajo el enfoque de las técnicas de análisis Pestel y DAFO, para demostrar la oportunidad de negocio que presenta el proyecto de empresa FEQUIMA en Brasil, se presenta como un modelo de empresa totalmente nuevo en el mercado de Brasil, en el que la innovación se centra en un sistema que reúne una cantidad de empresas y profesionales expertos de diferentes áreas, pero con necesidades muy parecidas; para resolver el problema de la adquisición de maquinarias, equipos y herramientas de la manera más **fácil**, cómoda y económica, existiendo una variedad tanto de marcas, modelos y proveedores que logren satisfacer las diferentes necesidades de los consumidores, a través de la compra, venta o alquiler de dichos productos para las diferentes regiones del país. A través de una metodología descriptiva y un análisis genérico (PESTEL), se desarrolló una matriz DAFO, en la que se determinó el entorno favorable que presenta Brasil para este tipo de organización.

Palabras clave: Análisis, innovación, comercio electrónico

Abstrac

Analysis of environmental factors under PESTEL and FODA approach to business project "FEQUIMA" web of machinery, equipment and tools in Brazil Portal

The aim of this article was to analyze the factors of the general environment under the focus of analysis techniques Pestel and SWOT, to demonstrate the business opportunity presented by the company project FEQUIMA in Brazil, it is presented as a model entirely new business in the Brazilian market, where innovation is focused on a system that brings together a number of companies and professional experts from different areas, but with very similar needs; to solve the problem of the acquisition of machinery, equipment and tools easier, convenient and economical way, having a variety of both brands, models and providers that manage to satisfy the different needs of consumers, through the purchase, sale or rental of the products for different regions. Through a methodology and a generic descriptive analysis (PESTEL), a SWOT matrix, in which Brazil presents favorable environment for this type of organization it is determined developed.

Key words: Analysis, innovation, e-commerce

1 Profesora de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Escuela de Administración y Contaduría Pública, Cátedra de Gerencia General y Los Recursos Humanos. Universidad de Los Andes Mérida-Venezuela. Magister en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras y de Base Tecnológica, Barcelona-España. Licenciada en Administración/ Contaduría Pública, Universidad de Los Andes Mérida-Venezuela. Email: damidpp7@yahoo.es

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente el mundo está interconectado, básicamente, por los medios de comunicación en la que la velocidad es un requisito previo, y gracias a los grandes avances tecnológicos hoy día el mundo se mueve en una rapidez increíble, sobrepasando cualquier barrera existente, donde todas las personas y organizaciones, van a la par de dichos avances y sus necesidades cada día más crecientes. Una de las grandes características que ha dado un gran vuelco en el área empresarial, ha sido el medio de venta de los productos, pasando del medio tradicional de las tiendas físicas, al comercio virtual actuando como una gran puerta de comunicación entre las empresas, proporcionando un mercado que tiene como objetivo integrar toda la cadena logística, desde la industria, pasando por mayoristas y distribuidores, hasta llegar al consumidor final, ocupando un mercado global potencial, donde la información viaja sin barreras geográficas o de tiempo.

Es muy interesante ver como el potencial del comercio electrónico puede estimular los negocios en diversos sectores, como está ocurriendo con la construcción civil en Brasil, por la dificultad de búsqueda de maquinaria debido a alta demanda de obras, el Internet permite a las empresas e individuos en los países o regiones consultar a los mercados remotos, como en Brasil, que presenta un extenso territorio, a bajo costo, pero con mucha necesidad de maquinarias, equipos y herramientas, debido a la gran demanda, por sus desarrollos en obras a gran escala y cantidad. Esta interconexión, gracias a la tecnología, está redefiniendo la forma de actuar en el trabajo, en casa, y el mercado en general, haciendo el sistema de vida más fácil y ágil.

Esta necesidad y ausencia en el mercado Brasileño (según estudios realizados por Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística IBGE y demás análisis que se demuestra a lo largo del presente caso de estudio), que nace el proyecto de negocio que constituye el modelo de empresa "FEQUIMA", nombre que proviene de la combinación de las iniciales en portugués de: Ferramenta (español:

Herramienta), Equipo y Maquinaria, basándose en las exigentes necesidades del mercado, y los avances tecnológicos, este proyecto empresarial busca el beneficio, a través de una plataforma web de uso fácil, sencillo y rápido, donde los clientes y proveedores logren sacar el mayor beneficio a sus maquinarias, equipos y herramientas, a través de la venta, compra o alquiler de productos nuevos o usados, abriendo de esta manera un portal que permita a los usuarios abrirse a mercados más amplios que abarquen todo el territorio de Brasil, como medio para hacer público los productos nuevos o sacarle provecho a la venta o alquiler de productos usados.

Se presenta como un modelo de empresa totalmente nuevo en el mercado de Brasil, donde su innovación se centra en un sistema que reúne gran cantidad de empresas y profesionales expertos o autónomos de diferentes áreas de aplicación, pero con necesidades muy parecidas; para resolver el problema de la adquisición de maquinarias, equipos y herramientas de la manera las fácil, cómoda y económica, donde la variedad tanto de marcas, modelos y proveedores, logren satisfacer las diferentes necesidades de los consumidores, a través de la compra, venta o alquiler de dichos productos para las diferentes regiones del país.

Como se observa, la idea de este modelo de empresa en Brasil, puede presentar un proyecto de éxito para la sociedad y en especial para sus inversores generando un gran beneficio al corto y largo plazo, por lo que a través de la descripción del sector y un análisis genérico (PESTEL), que estudiará el entorno general que afecta la empresa a través de los factores Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal, que proporciona Brasil para este tipo de negocio, la cual permitirá constituir una matriz DAFO, que proporcionará un análisis de la situación de la empresa, enfocada en dos pilares básicos: las características internos (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) del proyecto empresarial "FEQUIMA", demostrando el entorno favorable que presenta Brasil para este tipo de organización, y el gran beneficio que puede aportar la instalación de esta modelo de empresa en dicho país. El principal

objetivo de un análisis DAFO es ayudar a una organización a encontrar sus factores estratégicos críticos, para una vez identificados, usarlos y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades, y eliminando o reduciendo las amenazas.

2. ANÁLISIS EXTERNO

2.1. Descripción del Sector

El sector de alquiler, compra y venta por internet es un área en explotación que se encuentra en crecimiento exponencial debido principalmente al nuevo estilo de vida de la población que acompaña los desarrollos tecnológicos de los productos. Cada vez se ve un número de empresas y personas que utilizan los servicios de la red mundial de computación, consecuentemente crece también el número de empresas online para gestionar y satisfacer las necesidades actuales. En el ámbito mundial, China, Estados Unidos, India, Japón y Brasil, son los países con mayores índices de usuarios de internet. A seguir presentamos en la Tabla 1 la evolución de usuarios del internet y comercio electrónico en los principales países.

TABLA 1.

**LOS 20 PAÍSES CON MAYOR NÚMERO DE PERSONAS
 CONECTADAS CON RELACIÓN AL PORCENTAJE MUNDIAL**

#	País o región	Población, 2011 Oriente	Los usuarios de Internet del año 2000	Usuarios de Internet más reciente Fecha	Penetración % población	Mundial de usuarios%
1	China	1336718015	22500000	485 millones	36,3%	23,0%
2	Estados Unidos	313232044	95354000	245 millones	78,2%	11,6%
3	India	1189172906	5000000	100 000 000	8,4%	4,7%
4	Japón	126475664	47080000	99182000	78,4%	4,7%
5	Brasil	203429773	5000000	75982000	37,4%	3,6%
6	Alemania	81471834	24000000	65125000	79,9%	3,1%
7	Rusia	138739892	3100000	59700000	43,0%	2,8%
8	Reino Unido	62698362	15400000	51442100	82,0%	2,4%
9	Francia	65102719	8500000	45262000	69,5%	2,1%
10	Nigeria	155215573	200,000	43982200	28,3%	2,1%
11	Indonesia	245613043	2000000	39600000	16,1%	1,9%
12	Corea	48754657	19040000	39440000	80,9%	1,9%
13	Irán	77891220	250,000	36500000	46,9%	1,7%
14	Turquía	78785548	2000000	35000000	44,4%	1,7%
15	México	113724226	2712400	34900000	30,7%	1,7%
16	Italia	61016804	13200000	30026400	49,2%	1,4%
17	Filipinas	101833938	2000000	29700000	29,2%	1,4%
18	España	46754784	5387800	29093984	62,2%	1,4%
19	Vietnam	90549390	200,000	29268606	32,3%	1,4%
20	Argentina	41769726	2500000	27568000	66,0%	1,3%
Top 20 países		4578950118	275424200	1601772290	35,0%	75,9%
Resto del Mundo		2351105036	85561292	508993520	21,6%	24,1%

Fuente: Internet Word stats, 2011

De acuerdo con la Tabla 1, Brasil es uno de los pocos países latinoamericanos entre los veinte (20) primeros del mundo con mayor número de usuarios de internet, ubicándose en el puesto quinto del estudio con 3,6% de usuarios mundiales, de acuerdo con el instituto Brasileño de Geografía y Estadística, el cual demuestra un aumento considerable de usuarios de Internet en los últimos ocho años; en diez años el número prácticamente es siete veces mayor, pero todavía no alcanza la mitad de la población del país. Por otro lado, la cantidad de usuarios de internet en Latinoamérica creció 25% alcanzando los 173,6 millones de usuarios, destacándose un crecimiento fuerte en la región Caribe, con 28% más de usuarios en ese periodo. Asimismo, los países de Sudamérica crecieron en conjunto un 27%, mientras que los centroamericanos (que incluyen a México) sólo un 15%.

Brasil es el país de América Latina con más alto índices de internautas, de acuerdo con *World Stats*, 2009., lo que lo lleva ser el país más indicado para la empresa, apoyado de manera positiva a sus características y condiciones económicas, políticas y sociales para la inversión del negocio; una economía en ascensión, un entorno político estable, relaciones bilaterales importantes. Entre los países más grandes en población, Ecuador y Brasil fueron los que más crecieron porcentualmente en usuarios de la internet; Ecuador tuvo un crecimiento de 0,7 millones de usuarios, mientras Brasil tuvo un crecimiento de 17,5 millones de nuevos usuarios en lo mismo periodo y Argentina fue el país que más creció en penetración de usuarios en internet, con un 10,1%.

Entre los países Latinoamericanos, Brasil es el que tiene mayor gasto en transacción *e-commerce*, según *América Economía Intelligence* (2011), ocupa 60% del mercado de *e-commerce* y le sigue México, con un 12%, con lo cual se puede notar un gran diferencial. Los datos demuestran la propensión, que cada vez crece más el número de brasileños conectados, así el sector de comercio online tiene una tendencia a fijarse como el comercio futuro en este país, visto que la población, cada vez es más adicta a la utilización de la web para diferentes actividades. Por tanto, la organización

presenta un alto nivel de desarrollo e innovación considerando que sigue una tendencia actual del mercado, además, la empresa estará funcionando en Brasil que es uno de los cinco primeros del mundo en internautas.

Brasil, posee una de las economías del mundo con mayor crecimiento en la actualidad, sin embargo ha crecido por debajo de lo esperado en 2011. La economía del país latinoamericano creció un 2,7% el año pasado, según los indicadores oficiales del Banco Mundial, por debajo del 2,8% que establecían las previsiones. El 'boom' es debido a los altos precios del petróleo y de los alimentos, que ha dado lugar a un rápido crecimiento económico. Brasil constituye la economía más importante de América Latina y uno de los países denominados BRI²C, junto con Rusia, India y China; ha visto a su economía despegar en los últimos años, con un crecimiento superior al de EEUU y Europa Occidental, pero con una inflación mucho más alta.

En el sector de internet, cada año que pasa el comercio electrónico en Brasil está creciendo de manera exponencial, ya que los consumidores obtienen una mayor confianza en el comercio electrónico, que los hace más ir de compras, e indican los canales que ya están acostumbrados a comprar, lo que atraerá a nuevos clientes, y a su vez, a realizar más compras, lo que genera una mayor credibilidad al comercio electrónico como un todo. De acuerdo con los datos de la Cámara Brasileira de Comercio Electrónico³:

- 8,4 mil millones de reales (3,36 millones de euros): la cantidad que los brasileños se gastaron en compras online durante los primeros seis meses de 2011;
- 18,7 mil millones de reales (7,48 millones de euros) es la cantidad

2 En economía internacional, se emplea la sigla BRIC para referirse conjuntamente a Brasil, Rusia, India y China, que tienen en común una gran población, un enorme territorio y una gigantesca cantidad de recursos naturales y, lo más importante, las enormes cifras que han presentado de crecimiento de su PIB y de participación en el comercio mundial en los últimos años, lo que los hace atractivos como destino de inversiones

3 Fuente: "Webshoppers," por e-bit y Cámara Brasileira do Comercio Electrónico

proyectada que se gastarán los brasileños a través del e-comercio en 2011, un incremento del 26 por ciento comparado con 2010;

- Los brasileños realizan el 55 por ciento de las compras a través del *e-commerce* y las brasileñas realizan el 45 por ciento;
- Entre enero y junio 2011, el 61 por ciento de los nuevos compradores en el *e-commerce* brasileño fueron personas de bajos ingresos que ganan un promedio de 3.000 reales al año.
- El 46,5 por ciento de las personas de clase C están comprando en línea;

En este sentido, para hacer frente a la inestabilidad, las empresas son impulsadas por el mercado a utilizar recursos y actividades que sólo se puede obtener mediante la cooperación (Gebrekidan; Awuah, 2002). La cooperación entre empresas les permite tener acceso a información, recursos, mercados y tecnologías, ventajas para incrementar sus conocimientos, obtener economías de escala y alcance, compartir riesgos y combinar las habilidades con los demás, haciéndolos más capaces de aprovechar las nuevas oportunidades mercado (Gulati, Nohria, Zaheer, 2000). En la actualidad, existe una cooperación entre empresas, a menudo en competencia, para el desarrollo de las plataformas tecnológicas. Los *e-marketplace* (mercado electrónico) la infraestructura tecnológica para creación de un sitio virtual donde compradores y proveedores realizan transacciones comerciales a través de la internet (BAKOS, 1998).

Encuestas llevadas a cabo recientemente en esta industria realizadas *por e-market servicios* ⁴en un informe de 2008, muestran cómo la adopción del comercio electrónico en el sector de la construcción se encuentra en niveles de avance poco desarrollados. Como ocurre en otras industrias, las firmas menores emplean las nuevas tecnologías con muchísima menos frecuencia que otras compañías de más envergadura, y esto lleva consigo el riesgo de que estas pequeñas y medianas empresas pierdan competitividad frente a estos otros rivales mejor dotados. No obstante, las oportunidades

4 <http://www.emarketservices.es>

y ventajas del *e-commerce* y de *e-marketplace* son perfectamente aprovechables por todas las empresas, independientemente de su tamaño: mejora sustancial de los servicios y productos en páginas web, el suministro y compra de productos a través de Internet (en especial en mercados electrónicos específicos del sector), intercambio de evaluaciones técnicas a través de las nuevas herramientas, las pujas a través de subastas on-line, entre otros.

Para mejorar las lagunas existentes, se han puesto en marcha varias iniciativas de carácter público y privado, como por ejemplo en la alemana *HandWerker-Forum* (www.handwerker-forum.de) que constituye un buen ejemplo de iniciativa privada. No obstante, entre todas ellas destaca el “Grupo de Trabajo sobre la construcción”, iniciado en 1998. Este grupo está compuesto por representantes del sector de toda Europa, y trata de fomentar el uso de las nuevas tecnologías y del comercio electrónico en las PYMES del sector de la construcción, el cual representa un modelo a seguir para los demás países del mundo como Brasil, quienes requieren de un modelo más impulsador hacia las nuevas tecnologías, para el desarrollo de múltiples sectores de gran movimiento.

La opción de venta y alquiler de maquinarias, equipos y herramientas, abren la necesidad que Brasil presenta hoy en el sector, las inversiones en infraestructura hacia adelante en Brasil, a pesar del escenario de crisis mundial. Las estadísticas actuales confirman el círculo virtuoso de Brasil: apuntan a un incremento del 28,5% en el número de obras y el 21,3% en términos de inversiones. En 2010, figuran 9.550 proyectos, distribuidos en 11 sectores, que movilizaron R\$ 1,22 billón (4.8 millones de euros) en inversiones hasta el año 2015, que comprende 12.265 obras en los próximos cinco años. El aumento es debido a la consolidación de los proyectos de la Copa del Mundo y los Juegos Olímpicos, nuevos proyectos en el petróleo y el gas, esencialmente privado, y también la aceleración de las obras de infraestructura para eventos deportivos.

Estas cifras indican que las inversiones en la construcción continuará impulsando el crecimiento de la economía. El crecimiento promedio anual del Producto Interno Bruto (PIB) es del 1,7% desde 1998, llegando a picos significativos como el 7,5% registrado en 2010. Hay una clara influencia del Programa de Aceleración del anterior (PAC 1), puesto en marcha entre 2006 y 2007, que impulsó el crecimiento del PIB del 4% (2006) al 6,1% (2007). La estimación para 2013 es para el PIB crezca un 6,5%. La segunda versión de la PAC, también debe contribuir al fortalecimiento de obras de infraestructura, ya que este segmento es más dependiente de la inversión pública que, por ejemplo, los bienes inmuebles.

El seguimiento de las obras de infraestructura revela el sureste como el sitio de construcción más grande en el país, tanto en términos de inversiones y la cantidad de proyectos. La cuenta de cuatro estados por más de R \$ 835 (339 €) mil millones invertidos en poco más de 3200 proyectos. Sao Paulo y Minas Gerais, duelen por el primer lugar con 1200 obras y 1100, respectivamente. La mayor inversión es en Río de Janeiro, con 213 millones de euros, lo que sitúa a este estado como el mayor repositorio de recursos para la infraestructura. São Paulo, ocupa el segundo lugar con 142000 millones de euros, seguido de Espírito Santo y Minas Gerais, el segundo con 50000 millones de euros.

En el sector del transporte, el diseño del tren de alta velocidad (TAV), alcanzan R \$ 42,5 (17,25€) mil millones en infraestructura logística en, de los cuales R \$ 16,8 (6,82€) mil millones para transporte y otros R \$ 12.6 (5,11 €) mil millones en obras viales. Proyectos en el metro, Línea 5 - Lila, Sao Paulo, los aportes principales, con \$ 5 mil millones y 20 km de largo. El sector de la vivienda, incluye una inversión total de R \$ 17,8 (7,22 €) mil millones. La primera fase del proyecto de "Mi Casa, Mi Vida"⁵, ofrecerá para el año 2012, el 60% de los hogares se contrajo. El segundo paso podría consistir en hasta \$ 125,7 (51,02 €) mil millones en inversiones en forma de subvenciones y de financiación.

5 Proyecto brasileño para facilitar la compra de viviendas con subsidios gubernamentales

En el área de hoteles y complejos turísticos, mapas de 81 proyectos de investigación, así como proyectos de centros comerciales, de los cuales 45 se encuentran en el sureste. La infraestructura deportiva, que en este caso se reunieron las inversiones previstas para la Copa del Mundo y los Juegos Olímpicos, suma 10769 millones de euros, con el 72,4% del valor de las 30 obras de los estadios y arenas, y 29 proyectos diferentes.

Como se puede ver, hay una gran cantidad de inversiones que se están realizando y están por realizarse en el país, lo que implica a su vez una gran necesidad del mercado brasileño en ampliar la gama de empresas para desarrollar estos proyectos, comprendiese la importancia de la actividad de “Adquisición de maquinarias y equipos”, dentro de las empresas de Brasil, lo cual se puede ver reflejado a través la Ilustración 3, como esto representa una actividad de suma importancia dentro de las empresas del país.

Según estudios realizados por IBGE (Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística), con respecto a la importancia que le dan las empresas a cada uno de sus actividades, se observa claramente como la actividad de “adquisición de maquinarias y equipos”, representa el más alto nivel de importancia dentro de la empresa, viéndose de esta manera 78,1% para la industria, 72.3% para servicios seleccionados y un 54.4% para I+D. Estos altos porcentajes se debe, a que de esta actividad va a depender la mayor parte de las funciones principales dentro de la empresa, e incluso de puede considerar una de las actividades más indispensables y que implican la toma de decisiones de manera más importante dentro de la misma, viéndose que de esta van a depender el funcionamiento de la empresa.

Esto es un punto de gran importancia para FEQUIMA, ya que la inversión en innovación es inversión y nuevos productos, y así nuevos maquinarias. En la investigación se destaca que la compra de maquinaria y equipo sigue siendo la actividad más innovadora relevante para la industria (78,1%) y servicios (72,3%), viéndose esta característica mayormente en las regiones, Sudeste y Sur continúan teniendo las empresas más innovadoras, Sao Paulo se destaca aún

más, con un 32,3% de concentración de las empresas que han hecho de la innovación en el período 2008-2008, seguido por Minas Gerais (13,6%), Rio Grande do Sul (10,5%) y Paraná (9,5 %).

2.2. Análisis Genérico (PESTEL)

Política

Brasil es una República Federal de carácter Presidencialista, con una importante dosis de autonomía por parte de los Estados y en la que el Jefe de Estado y el Presidente del Gobierno coinciden, de acuerdo con el Índice de Democracia, según datos extraídos de La revista británica *"The Economist"*, Brasil posee alto desempeño en la categoría *pluralismo en el proceso electoral (nota 9,5) e libertades cívicas (nota 9,1). El país posee nota por encima de la media en funcionalidad del gobierno (nota 7,5). Pero, posee desempeño inferior en la participación política (nota 5,0) e cultura política (nota 4,3). (Notas de 1 hasta 10, donde 10 es la mayor nota ofrecida a los mejores índices estudiados por la revista). Existen en Brasil un gran número de partidos políticos, ninguno de ellos mayoritario lo que lleva, junto al hecho de que las diferencias ideológicas entre unos y otros son en muchas ocasiones muy tenues, a la formación de gobiernos de coalición, en efecto, a raíz del resultado de las últimas elecciones generales el Partido dos Trabajadores (PT), que cuenta con el mayor número de escaños en el Congreso.

Economía

De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, Brasil es la mayor economía de América Latina y la segunda del continente, detrás de los Estados Unidos. La economía brasileña actualmente se encuentra en un gran boom, debido a la gran diversidad de inversión que se puede realizar en ella, además del tan amplio grupo de productos importados y exportados, las perspectivas de la economía brasileña también mejoraron gracias al descubrimiento de enormes reservas de petróleo y gas natural en la cuenca de Santos. Al convertirse en una potencia mundial en la agricultura y en recursos naturales, Brasil alcanzó su mayor auge económico de

las últimas tres décadas⁶. Los sectores más dinámicos de Brasil son la agricultura y la ganadería. En cuanto a la producción de energía, Brasil se caracteriza por ser un país con grandes recursos hídricos, y genera una importante cantidad de energía limpia. En el panorama industrial, cuenta con gran cantidad de empresas, dentro de las que resaltan; la construcción, muebles y juguetes.

El Gobierno de Brasil genera acciones para atraer al mercado inversiones por intermedio del Ministerio de Relaciones Exteriores, el cual busca y ejecuta oportunidades de negocios con Brasil en el exterior. Así, en términos de política diplomática, destacamos abajo sus principales productos destinados a la importación y exportación:

Principales importaciones: Petróleo y sus derivados; máquinas eléctricas; equipamiento agrícola; fertilizantes agroquímicos; insecticidas; productos farmacéuticos; cosméticos; acero y hierro; autopartes para aviación; cereales; sal; pescados, moluscos; herramientas e implementos para la industria; tabaco y manufacturas de tabaco; condimentos; vehículos; gas natural; autopartes; circuitos integrados electrónicos; aceites lubricantes; vehículos de transporte y carga; telefonía celular; programas de computación para unidades industriales entre otros.

Principales exportaciones: Café; zumo de naranja; azúcar; soja; maíz; tabaco; frutas tropicales; trigo; cacao; arroz; cabezas de ganado; carne de pollo; calzado; aeronaves; acero; aluminio; química pesada; cemento; cristal; papel; cuero; construcción mecánica; la química.

Socio- Cultural

Brasil presenta una mixtura de culturas de diferentes países debido a constantes inmigraciones. Esto garantiza el éxito de inserción de nuevas tendencias e ideas, pues es un país muy abierto a la receptividad, lo que representa un punto importante para

6 Brazil Joins Front Rank Of New Economic Powers (en ingles). *The Wall Street Journal* (13 de mayo de 2008). Consultado el 7 de diciembre de 2011

FEQUIMA insertarse en este mercado, pues Brasil acepta y recibe bien los cambios de tecnologías, nuevas oportunidades y el espíritu emprendedor, pues la mezcla de cultura lo torna un país de población creativa. Aunque Brasil ha avanzado en el área social en los últimos años, todavía hay muchos problemas que afectan la vida de los brasileños. A continuación se enumeran una lista de los principales problemas en Brasil hoy día.

El desempleo. Mientras que la generación de puestos de trabajo ha aumentado en los últimos años gracias al crecimiento económico, todavía hay millones de brasileños desempleados. La economía ha crecido, pero no lo suficiente para generar los empleos necesarios en Brasil.

Violencia. Los crímenes son cada vez más presente en la vida cotidiana. En los periódicos, radios y televisiones testigo de escenas de robos, asaltos y crímenes. La falta de un mayor rigor en el cumplimiento de las leyes, junto con la injusticia social pueden explicar en parte la intensificación de estos problemas en Brasil.

Salud. Personas que tienen una mejor condición financiera están buscando planes de salud y el sistema privado, porque la salud pública está en un estado de crisis aguda. Gran presencia de hospitales llenos, hay escasez de medicamentos, las huelgas de los empleados, los electrodomésticos rotos, las colas para el servicio, y el mal mantenimiento de las estructuras de los edificios son los principales problemas encontrados en los hospitales y la salud pública.

Desigualdad social. Brasil es un país de gran contraste social, aunque la distribución del ingreso ha mejorado en los últimos años, de acuerdo con los programas sociales, todavía es un país donde se ve mucha desigualdad entre las sociedades, marcando un gran diferencial desde los niveles bajos, hasta los niveles altos, creando una gran injusticia social.

Educación. El país muestra mejora con respecto a hace unos años, los estudiantes de hoy tienen más acceso al conocimiento,

sin embargo, la calidad de la educación ha decaído, o no está siguiendo estos acontecimientos. Estos nuevos paradigmas tecnológicos, con la informatización rápida y casi universal de la sociedad están presentes en todo el mundo e incluso en países como Brasil, donde las desigualdades sociales y regionales son muy grandes, es crucial, especialmente en términos de mercado laboral en los grandes centros urbanos.

Países como Brasil, que viven profundas contradicciones en sus sistemas sociales, al tiempo que se insertan plenamente en los mercados globales, y en ciertas áreas específicas tiene problemas graves de desarrollo, deja de priorizar algunos sectores importantes.

Tecnología

La investigación tecnológica en Brasil es realizada en gran parte por las universidades públicas e institutos de investigación, sin embargo, el Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq) es la agencia del gobierno encargada de dirigir, administrar y fomentar el desarrollo y promoción de las actividades científicas y tecnológicas. Brasil cuenta con el programa espacial más desarrollado de América Latina ya que destina grandes recursos para la fabricación de vehículos de lanzamiento y satélites y adicional es uno de los tres países de América Latina⁷ con un laboratorio Sincrotrón en operación, un instrumento de investigación para la física, la química, la ciencia de materiales y la biología. Con relación a la Internet, ella se convierte en parte de la realidad del mundo académico, y rápidamente se perfila como una importante conexión entre el equipo y, por lo tanto, la introducción de nuevas formas de producir conocimiento y la cultura. Según el Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq) hoy, el 95% de las escuelas públicas de enseñanza fundamental cuentan con conexión de banda ancha, beneficiando a 32 millones de estudiantes y 1,5 millones de profesores, garantizando igualdad de condiciones de desarrollo y aprendizaje, pero con la contradicción de haber grande parte de la población analfabeta.

7 F. Frommberger (2011). *Particle Accelerators Around the World*. Physik.Uni-Bonn.

Ecológico

Brasil es un país que posee una gran preocupación por la cultura ambiental, por lo que ha desarrollado gran cantidad de planes, para cultivar, desarrollar e incentivar a la población a un sentido más ecológico, contribuyendo a desarrollar un mejor ambiente para la sociedad, por lo que se considera un país muy favorable y receptor para las empresas que apoyan a la mejora del medio ambiente.

Legal

El Derecho brasileño está basado en la tradición jurídica del Derecho continental. La mayor parte de la legislación brasileña está codificada, a pesar de que las leyes no codificadas son una parte significativa del sistema, desempeñando un papel complementario. El sistema jurídico tiene como norma primordial a la Constitución Federal, que fue promulgada el 5 de octubre de 1988 y es la “Ley Fundamental” del país, todos las demás normas legales y las resoluciones de los tribunales deben corresponder a sus principios. Los estados tienen sus propias constituciones, que no deben estar en contradicción con la Constitución Federal. Por su parte, los municipios y el Distrito Federal no tienen constituciones propias, sino leyes orgánicas. Con respecto a las leyes en el ámbito del sistema virtual y las empresas virtuales las principales reglas que inciden sobre este tipo de empresa en Brasil son:

1 – Medida Provisional (portugués: *Medida Provisória*) n° 2200-2:[1] transformada en Ley de la Firma Electrónica y certificación Digital, que equiparó la firma digital a la prevista el Código Civil.

2 – Legislación General ISS (portugués: *Legislação General ISS*). Ley Complementar n° 116:[2] el tributo es un acuerdo entre el estado receptor y de origen del producto.

3 – Instrucción Normativa (portugués: *Instrução Normativa RFB - Receita Federal do Brasil*) - n° 568, de 08/09/2005[3] clasifica el número de registro de empresa CNPJ por tipo de unidad económica (productiva o auxiliar) y por forma de actuación (fijo o virtual).

4 -Conjunto de leyes específicas municipales o estatutais para empresas virtuales, prestadoras de servicios o e-commerce, son (nombres originales en portugués)

f) SEFIN-PB con incentivos al comercio electrónico entre otros.

Estas leyes reglamentan particularmente, ayuntamientos o regiones específicas. SIAV - Sistemas Interactivos de Atendimento Virtual, que permite que las empresas cumplan sus obligaciones a través de internet y la emisión de nota fiscal con certificados digitales.

TABLA 2.

ANÁLISIS DE ENTORNO GENÉRICO BRASIL
 MN: MUY NEGATIVO; N: NEGATIVO; EQUILIBRADO: E; P: POSITIVO; MP: MUY POSITIVO

Perfil de País de Brasil	Perfil Estratégico del Entorno Genérico				
	Amenazas			Oportunidades	
	MN	N	E	P	MP
Dimensión Sócio-Cultural					
Valores e actitudes					
Grupos y relaciones sociales		○			
Aspectos demograficos					
Conflictividade social					
Tasa de natalidad					
Tasa de mortalidad					
Envejecimiento de la población					
Migraciones					
Estilo de vida					○
Conciencia ambiental					
Responsabilidad social					
Dimensión Económica					
Aspectos estructurales: Sistema económico imperante					
Aspectos Coyunturales: Evolución de Indicadores (PIB, Paro, IPC,.)					
Inflación					
PIB					
Tasa Interés					
Ingreso per cápita					
Desempleo					
Devaluación de la moneda					
Balanza comercial					
Balanza de pagos					
Deficit fiscal					
Dimensión Científica y Tecnológica					
Política I + D					
Infraestructura Científica					
Conocimientos científicos y tecnológicos					
Nuevas maquinarias					
Nuevos equipos					○
Nuevos procedimientos					
Nuevos sistemas de comunicación					
Nivel tecnológico					
Nivel de informacion		○			
Dimensión Político-Legal					
Situación Política					
Legislación Económica-social					
Política económica					
Política fiscal		○			
Riesgo país					
Estabilidad jurídica					
Tarifas Fiscales					
Aumento de Salário mínimo					
Prospectos de leyes					

Fuente: Elaborado por los autores, con datos del IBE (2011)

A través del esquema se observa un resumen de todos los factores del PESTEL (análisis genérico), y como estas representan una oportunidad o una amenaza para la empresa. A partir de la Tabla 2, el cuadro análisis de PESTEL, se realizó un análisis del entorno general que presenta Brasil para el modelo de empresa propuesto, permitiendo catalogar cada factor de manera general como: muy negativo, negativo, equilibrado, positivo o muy positivo, lo que llevo a considerar dichos factores como amenazas u oportunidades, que permitieron constituir el análisis DAFO para el modelo de empresa FEQUIMA. Al analizar dicho esquema, se observa claramente que la mayoría de los factores se encuentran en el área de equilibrio y de oportunidades, lo que genera un escenario genérico muy positivo donde operar la empresa y a su vez permite detectar grandes oportunidades para el presente modelo de negocio. Según la tabla 2, entre las amenazas y oportunidades que más resaltan, por tener picos altos (resaltados con óvalos), se encuentran:

Amenazas

-**Nivel de la Información:** los bajos índices de conocimientos científicos y tecnológicos de la población, representa una amenaza en la medida que el producto que se ofrece es dependiente de conocimientos en internet básica, pero todavía se encuentran inadecuación o incompatibilidades tecnológicas, dificultad de adaptación de las herramientas, así como cualquier otro riesgo que involucre poner en juego las capacidades de innovación y especialización de productos que caracteriza a la estrategia de la compañía.

- **La política fiscal** en Brasil presenta una de las mayores tasas. Sin embargo, estos gastos fijos son un poco elevados en comparación con otros países, entretanto hay que resaltar que el ICMS⁸ de Brasil puede que se encuentre entre uno de los más altos, pero la vida en este país, da la capacidad para poder generar dichos pagos, y tienen la posibilidad de ser devueltos. En la mayoría de los países se

8 IVA en Brasil. En Brasil el impuesto varía entre el 12% y el 25%, según tasa normal.

recompensa el IVA a través de servicios del gobierno, como mejor sanidad, mejores carreteras, entre otros. En Brasil, además, se tiene la posibilidad de recuperación de dicho impuesto a través de que las personas, pueden guardar ciertas facturas y deducir el valor del IVA por ejemplo cuando se paga la licencia del vehículo, u otros pagos oficiales.

- **Grupos y relaciones sociales.** En Brasil ocurre una gran diferenciación social. Hay personas que tienen acceso a la información, a las tecnologías, mientras otras nunca se imaginarían tener un contacto con algo de ello. Generando así problemas sociales muy marcados, pues los beneficios del progreso tecnológico que acompañan su desarrollo industrial y tecnológico se derraman sobre una porción muy reducida de la población, reflejando la dualidad de la estructura social urbana que caracterizaría Brasil. Para FEQUIMA, puede representar una amenaza por una parte de la población sin conocimiento suficiente para utilizar este tipo de servicio.

Oportunidades

-**Tasa de natalidad:** una media tasa de natalidad, que indica que en un futuro habrá más clientes y proveedores. Aunado a ello, un envejecimiento progresivo de la población demandará más habilidad en tecnología y presupuesto, más clientes envueltos con comercio *online*.

-**Estilos de vida:** la población brasileña ahora está más cerca de las compras por internet, debido a las facilidades que representan en un estilo de vida acelerado, por lo que este modelo de negocio supliría las necesidades de los consumidores.

-**Conciencia ambiental:** El hecho que la población este cada vez más consciente del impacto medio ambiental, y de la huella que dejamos al producir bienes y servicios crean oportunidades de negocio, así el alquiler de productos colabora con la idea de aversión al consumo sin necesidad.

-**Aspectos estructurales:** Los aspectos genéricos de la economía brasileña muestran una evolución positiva. Esto crea una oportunidad para la empresa ofrecer sus servicios tecnológicos y ofrecer más, mejores productos y por canales más versátiles.

-**Nuevos sistemas de comunicación:** el hecho que los sistemas de comunicación sean fuertes en la región incrementa las posibilidades del negocio, pero no únicamente en el sentido estricto de ventas, sino también en términos organizacionales, una mayor productividad y efectividad en las comunicaciones internas y del negocio, se recuerda que la geografía del país genera necesidades específicas de comunicación que sean capaces de llegar a todo el territorio nacional.

- **Nuevas maquinarias y nuevos equipos:** en Brasil, la mayoría de las empresas invierten gran porcentaje en la compra de maquinaria y equipo como mecanismo de aumento a su I+D, así que siguen comprando o alquilan nuevas maquinarias más modernas o para ampliar sus servicios y acercarse de la tecnología. Para este modelo de empresa, esto representa una gran oportunidad de mercado.

-**Política económica y fiscal:** la política económica y fiscal de Brasil ha creado un escenario donde se pueden desarrollar diversos productos y servicios que vayan de la mano con las necesidades de los clientes, y además sean fácilmente reportables y transparentes, un factor que la empresa coloca como estrategia para una comunicación efectiva con clientes y proveedores. En la medida que las políticas favorezcan las capacidades de la empresa, se convierten en una oportunidad para crear beneficios a la empresa.

3. RESULTADOS DEL ANÁLISIS

CUADRO 1
SÍNTESIS D.A.F.O.

Análisis de los Factores Externos	Análisis de los Factores Internos
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado en crecimiento constante debido a la gran cantidad de obras públicas y privadas que se están realizando y están por realizarse. • Alta necesidad de este tipo de productos en el mercado. • Poca competencia directa. • No hay empresas del sector que posean una gama (tipos y marcas) de productos tan amplias. • Las gestiones a través del internet, cada día están aumentando más, debido a sus grandes beneficios. • Brasil, es catalogado por poseer la mayor economía de América Latina, lo que lo hace muy atractivo para los inversionistas, representando una gran oportunidad de negocio. • Brasil cuenta actualmente con un alto potencial de circulación: Alquiler-compra-venta de maquinaria y equipos. • Gran cantidad de proveedores y clientes. • No hay empresas del sector que posean cobertura para todo el país. • Brasil ocupa el mayor % de compras y gestiones <i>on line</i> en América Latina. • Necesidad por parte de las empresas y/o autónomos de la circulación de su maquinaria y equipos. • Necesidad de las empresas físicas, de gestionar (comprar-vender-alquilar) sus productos <i>via on line</i>. 	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reunión de gran cantidad y variedad de empresas y profesionales expertos. • Reunión de diferentes áreas de empresas (construcción, limpieza, etc.). • Los productos son propiedad de los usuarios, la función de la empresa es ser intermediarios. • Oportunidad de negocio para nuestros clientes; tanto empresas como profesionales expertos. • Gran variedad de maquinaria, equipos y herramientas, de diferentes tipos y marcas. • Gran variedad de precios. • Diferentes ubicaciones de los productos, lo que nos permite abarcar todo el país. • Variedad de servicios tanto para productos nuevos como usados. • Facilidad y rapidez de transacción. • Ahorro de tiempo • Disponibilidad de un Plan Estratégico, y decisión de implementarlo a corto plazo.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Ley en Brasil, en lo que se refiere al ámbito virtual, aún se encuentra en proceso de mejora y desarrollo. • La tecnología avanza muy rápido, y en especial el mundo cibernético, lo que implica que las empresas tienen que estar en actualización constante. • Brasil posee un sistema tributario diferente para cada región, lo que puede acrecentar los impuestos exigidos en el comercio electrónico al producto final. • La inseguridad de las personas al hacer transacciones por la internet. • El amplio mundo del internet, permite a los clientes hacer una fácil y rápida comparación entre diferentes empresas (oportunidad y/o Amenaza) • El acceso ilimitado del internet, permite una amplia visualización de las empresas, lo que representa una gran amenaza con los competidores. • La cultura tradicional a las empresas físicas. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los precios de los productos dependen directamente de los proveedores. • La diferenciación y diversidad de productos y marcas depende de los proveedores. • Los precios establecidos por el proveedor no son negociables con el cliente. • La empresa es nueva creación, por ende sin cartera de clientes consolidada.

Fuente: Elaboración Propia (2011)

4. REFLEXIONES FINALES

Con base al análisis del sector y del entorno genérico, enfocado en el análisis de los factores: político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal, que ofrece Brasil, se pudo construir una matriz DAFO, que permitió establecer estrategias para convertir las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades, trayendo consigo características muy positivas que brinda Brasil para el modelo de empresa propuesto, por lo que se puede inferir, que dicho país presenta un entorno de condiciones muy favorables para la instalación de la empresa FEQUIMA, debido a:

- Una economía en crecimiento produce al país más necesidad de infraestructura y desarrollo, así que aumenta la necesidad del uso de los productos que FEQUIMA ofrece.
- Hoy existe grandes inversiones externas, así que muchas son clientes potenciales pues en todo inicio la empresa tiende a optar por locación que por la compra pues tiene bajo riesgo.
- Brasil presenta muchas empresas de construcción instalada, pero con pocas filiales, así que por tener un enorme territorio, muchas de estas empresas son clientes potenciales, pues el costo del transporte de una ciudad a otras muchas veces es oneroso frente al precio del alquiler.
- Necesidad de las empresas de automatizar sus procesos de relación con los proveedores y enorme soporte de apoyo y difusión entre las constructoras y proveedores de materiales;
- El sector de la empresa está en fase de ascensión en Brasil.

El modelo de negocio que presenta la empresa FEQUIMA, representa una gran oportunidad para Brasil, un proyecto de éxito para la sociedad y una estructura de negocio rentable para sus inversoras, ya que ofrece satisfacer una gran necesidad en el área empresarial, a través de una plataforma web de fácil uso, pretende ofrecer la venta,

compra o alquiler de maquinaria, equipos y herramientas nuevos o usados, productos que hoy en día son de gran importancia y necesarios para el país, por encontrarse éste en constante crecimiento y desarrollo de diversas obras en diferentes áreas de interés, además de representar un proyecto que va a la par de los avances tecnológicos, incrementando el comercio on-line y fortaleciendo el comercio en Brasil, aumentando su economía. Es de gran importancia destacar, que el sector del comercio electrónico es uno de los que más tienen éxito en Brasil, la intensa competencia ha impuesto una elevación en los niveles de exigencias de la demanda, así que aumentar la calidad de los productos y servicios, simultáneamente a la reducción del costo, representa uno de los principales objetivos de FEQUIMA. Constituyendo, este modelo de empresa, se busca facilitar el trabajo a sus usuarios, representando una herramienta que permitirá el gran ahorro en tiempo y dinero, constituyendo un modelo de empresa de Brasil, para el mundo.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Análisis de Indicadores económicos. 2012. Disponible en: <<http://www.economia48.com/spa/d/rentabilidad-economica/rentabilidad-economica.htm>> Acceso en: 05/08/2012).
- Business News Americas. Constructora incorpora proveedores a través de e-marketplace – Brasil. (2002). Disponible en: <http://www.bnamericas.com/news/tecnologia/Constructora_incorpora_proveedores_a_traves_de_e-marketplace> Acceso en: 25/06/2012).
- Casaseca, Juan Pablo Vargas. Mercados Electrónicos en el Sector de la Construcción (2004). Disponible en: <<http://www.emarketservices.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=329389>> Acceso en: 01/07/2012).
- Casaseca, Juan Pablo Vargas. E-marketplaces en el Sector de la Construcción. (2008). Disponible en: <<http://www.emarketservices.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/0,,00.bin?doc=4159508>> Acceso en: 02/07/2012).
- Consumo brasileiro. Disponible en: <<http://newsletter.usmediaconsulting.com/2011/11/de-compras-con-los-brasilenos/?lang=es>> Acceso en: 30/06/2012).

- Departamento Nacional de Registro DE Comércio - DNRC. Serviços-Código Civil/2002. Disponible en: <<http://www.dnrc.gov.br>> Acceso en: 18/06/2012).
- E-commerce News. Tendências do E-Commerce em 2012 no Brasil. (2011). Disponible en: <<http://ecommercenews.com.br/artigos/cases/tendencias-do-e-commerce-em-2012-no-brasil>> Acceso en: 25/06/2012)
- Estatísticas, dados e projeções atuais sobre a Internet no Brasil. Disponible en: <http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php> Acceso en: 18/06/2012)
- IBOPE. Mais internautas em casa. (2011). Disponible en: <<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=Noticias&docid=43274B1C04F2DCD68325788100455EBA>> Acceso en: 20/06/2012).
- Impuestos de la Seguridad Social, 2012. Jornal Folha de Sao Paulo. Disponible en: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1035627-veja-como-fica-o-salario-com-novo-desconto-de-inss-e-ir.shtml>> Acceso en: 15/06/2012).
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE pesquisa quase um milhão de empresas na área de serviços. Disponible en: <http://www1.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=490&id_pagina=1> Acceso en: 18/06/2012).
- Ministério del Trabajo. Portal Mais Emprego. Interação com as Políticas de trabalho, 2012. Disponible en: <<http://maisemprego.mte.gov.br/portal/pages/home.xhtml>> Acceso en: 12/06/2012)
- Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Pesquisa de Inovacao Tecnologica. (2008). Disponible en: <<http://www.pintec.ibge.gov.br/downloads/PUBLICACAO/Publicacao%20PINTEC%202008.pdf>> Acceso en: 18/06/2012)
- Oficina da Net. Os dados de E-commerce no Brasil em 2010. (2010). Disponible en: <http://www.oficinadanet.com.br/artigo/e-commerce/os_dados_de_e-commerce_no_brasil_em_2010> Acceso en: 25/06/2012)
- Taxa de inovação cresce, mostra pesquisa do IBGE; compra de máquinas e equipamentos permanece principal forma para innovar. <http://www.inovacao.unicamp.br/report/noticias/index.php?cod=820>> Acceso en: 10/06/2012)