



ANALISIS DEL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE COLOMBIA Y FRANCIA

AUTORES:

JONATHAN OSPINA BELALCAZAR

JUAN FELIPE OSORIO

DIRECTOR DEL PROYECTO:

GUILLERMO BUENAVENTURA VERA

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
NOVIEMBRE 2015**

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|----------------------------|----|
| 1. Resumen | 2 |
| 2. Introducción..... | 3 |
| 3. Objetivos..... | 4 |
| Objetivo general | 4 |
| Objetivos específicos..... | 4 |
| 4. Marco teórico | 5 |
| 5. Metodología | 8 |
| 6. Resultados..... | 12 |
| 7. Conclusiones..... | 19 |
| 8. Bibliografía | 22 |
| 9. Anexos..... | 23 |

1. RESUMEN

El objetivo principal partió de entender el comportamiento y las relaciones comerciales entre Colombia y Francia, con el fin de encontrar y analizar posibles oportunidades potenciales diferentes a las ya establecidas; teniendo en cuenta, dos indicadores importantes en la economía de ambos países, importaciones y exportaciones.

Una vez aplicado el modelo gravitacional¹ a las relaciones comerciales entre ambos países, se pueden detectar variables positivas y negativas que han afectado dicho intercambio y se procede a hacer un análisis para incrementar el beneficio mutuo, identificando posibles oportunidades comerciales entre ambos países.

Palabras claves: Importación, exportación, modelo gravitacional, relaciones comerciales.

ABSTRACT

The main goal set out to understand the behavior and trade relations between Colombia and France, in order to find and analyze possible potential opportunities different from those already established; taking into account two important indicators in the economy of both countries, imports and exports.

Once applied the gravity model to trade relations between the two countries, we can detect positive and negative variables that have affected the exchange and proceeds to do an analysis to increase mutual benefit, identifying potential business opportunities between both countries.

Key Words: Imports, exports, gravity model, trade relations.

¹ https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78542/1/TG00978.pdf

2. INTRODUCCION

La cooperación entre los países es de especial importancia para el desarrollo de una economía. Se sabe que unos países son más desarrollados que otros y que poseen ventajas absolutas y comparativas, tomándolo desde una perspectiva económica, social, histórica y cultural, además en bienes y servicios que ofertan y demandan. Se sabe de antemano, que un país no puede producir todos los productos que demanda para su economía, por lo tanto es de gran importancia analizar, los productos ofertados y demandados específicamente de Colombia y Francia, incluyendo la Unión Europea, con el fin de poder destacar el tipo de productos que más tienen peso e influencia a la hora de importar a exportar. De igual forma, analizar los tratados comerciales que se han firmado entre estos dos países, e identificar posibles oportunidades de mercado de productos colombianos en Francia y viceversa, con el objetivo de generar un beneficio mutuo aun mayor para ambos países.

Una vez aplicado el modelo gravitacional por investigaciones anteriores de estudiantes de la Universidad Icesi, se procede a realizar un trabajo de campo, con el fin de recolectar la mayor información posible para poder hacer pruebas dentro del modelo, y poder identificar los factores más importantes para los importadores, a la hora de realizar negociaciones con empresas de otros países. Se debe de tener en cuenta que el público objetivo de las encuestas, es de personas que laboren en compañías que realicen importaciones en Colombia.

3. OBJETIVOS

Objetivo General

- Identificar y establecer los aspectos más importantes que valoran los importadores colombianos de sus proveedores.

Objetivos Específicos

- Seleccionar artículos específicos pertinentes que nos brinden información valiosa para el proyecto.
- Establecer un modelo como base para la realización del trabajo de campo y dar una respuesta a este.
- Analizar la significancia estadística de las hipótesis

4. MARCO TEÓRICO

En la actualidad, estamos presenciando una apertura económica mundial de gran número de países de todos los continentes, incluyendo a Colombia. A pesar de que las exportaciones fueron afectadas negativamente en gran medida por la devaluación del peso colombiano frente al dólar, donde han disminuido un 10.9% durante el primer semestre del año 2015 comparado con el mismo periodo de 2014, Colombia sigue siendo un país importador, más que exportador, y efectivamente se puede observar en los datos estadísticos que muestran un déficit comercial que se sigue ahondando mes a mes.²

Las importaciones que realiza Colombia se dividen por uso económico en 3 grandes grupo: materias primas y bienes intermedios (43.5%), bienes de capital y materiales de construcción (34.1%) y bienes de consumo (22.3%) (Ver anexo 1). De igual forma las importaciones por países de origen, el 81.7% del total correspondió a diez países, de los cuales sobresalieron las importaciones originarias de: Estados Unidos (23.3%), China (20.8%), Unión Europea (20.4%), México (8.7%), Brasil (4.6%) y Japón (2.4%)³ donde se puede identificar que la Unión Europea es el segundo mayor socio comercial para Colombia.

A pesar de que las importaciones presentaron en general, una disminución significativa del 11.9% en el periodo enero-agosto de 2015, comparadas con el mismo periodo en 2014, las importaciones originarias de países con los que Colombia tiene acuerdos comerciales, ascendieron a US\$25.074,1 millones (ver anexo 2). Estos incrementos tienen como origen, la Unión Europea (0.9% de incremento).⁴

² <http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/importaciones-en-colombia-se-sigue-ahondando-el-deficit-comercial-en-el-pais/16269615v>

³ <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15833>. Correspondiente a Agosto de 2015

⁴ <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15833>. Correspondiente a enero-agosto de 2015

4.1. Modelo gravitacional

El modelo gravitacional es la herramienta con mayor eficacia para analizar, y pronosticar los flujos de comercio y relaciones comerciales entre países.

La historia del Modelo Gravitacional se remonta a 1954 y se basa en la Ley de Gravedad de Newton con el trabajo de Walter Isard⁵ y el Premio Nobel de economía Jan Tinbergen⁶ (1962), quien le dio uso al modelo tal y como se conoce hoy en día. El modelo en su versión empírica se puede presentar de la siguiente manera:

$$X_{ijt} = \beta_0 (Y_{it})^{\beta_1} (Y_{jt})^{\beta_2} (D_{ij})^{\beta_3} \exp(\beta_4 \Gamma_{ijt}) \exp(\varepsilon_{ijt})$$

Donde X_{ijt} es el comercio entre los países L y M en el año W, Y_{it} es el producto (o producto per cápita) del país L en el año W, D_{ij} es la distancia entre el país L y el país M, G_{ijt} es un vector de variables explicativas adicionales (barreras físicas y condiciones de política) y ε_{ijt} es el error, normalmente distribuido y con media cero.⁷

El modelo analiza y explica el comercio entre dos países teniendo en cuenta factores como, el tamaño del país, población, productos, y la distancia que los separa. Por lo tanto, a mayor tamaño y población, se traduce en mayor atracción entre países y por lo tanto un mayor comercio, mientras que a mayor distancia entre estos, implica mayores costos de transporte y tiempos de entrega, traduciéndose en menor atracción y menores flujos comerciales.

4.2. Papers

Análisis de dos papers principalmente para desarrollar la presente investigación. El primero **"La Unión Europea dentro del "giro" de la política**

⁵ http://www.nytimes.com/2010/11/11/business/economy/11isard.html?_r=0

⁶ http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/1969/tinbergen-bio.html

⁷ <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2009/02990.pdf>

exterior colombiana”⁸. Este hace referencia al aumento de las capacidades de poder relativo de Colombia y la visión de un gobierno que busca activar e incrementar la participación política y comercial a nivel internacional, lo cual se refleja en un “giro” en la política exterior colombiana. Con este giro, se busca cambiar la imagen del país, como un país problema, desestabilizador por el conflicto armado interno y el asunto de las drogas, a la de un país próspero, líder dentro del sistema interamericano. Dando como fruto el estrechamiento de relaciones comerciales e inversión, especialmente con la Unión Europea.

Los intereses económicos colombianos en la Unión Europea están concentrados en la política de internacionalización de la economía colombiana y en el crecimiento de su fuerza productiva por medio del establecimiento de un TLC. Colombia reconoce a la Unión Europea como el bloque integracionista más exitoso y grande del mundo. El interés por firmar este acuerdo se basa en la estrategia de enviar una señal positiva a los inversionistas europeos y crear una visión de certidumbre y transparencia.⁹

Por otra parte se encuentra el documento “Índices de Valor Unitario y Quantum del Comercio Exterior Colombiano”¹⁰, los cuales, son una herramienta esencial para el análisis económico del país. Estos indicadores facilitan la desconexión de la variación nominal del comercio exterior en cantidades y precios. De igual forma, facilita el análisis de la competitividad de un país en los mercados internacionales y la estimación del cambio en las ventas y compras externas ante una variación de los precios.

⁸ <http://nebulosa.icesi.edu.co:2516/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=e1b0c717-c863-4572-9a99-689beb19a9f6%40sessionmgr4005&vid=3&hid=4109>

⁹ La Unión Europea dentro del "giro" de la política exterior colombiana.

¹⁰ Índices de Valor Unitario y Quantum del Comercio Exterior Colombiano. Lecturas de Economía. Universidad de Antioquia

5. METODOLOGIA

5.1. PROCEDIMIENTO GENERAL

La metodología aplicada en el proceso de investigación para generar las bases sobre las cuales se construyó este proyecto, consistió en buscar, seleccionar y analizar papers que contengan información relacionada con los intercambios comerciales que realiza Colombia con el resto del mundo, en específico con la Unión Europea, para enfocar el estudio posteriormente, con Francia. De igual forma, teniendo en cuenta el contexto colombiano, tanto económico, como social y político, a lo largo de la última década. Esta primera etapa, se lleva a cabo en Proyecto de Grado I, donde cada estudiante tenía la tarea de buscar papers que tuvieran información valiosa, que posteriormente se resumirían y presentarían a los tutores con el fin de seleccionar los papers más enfocados al objetivo del proyecto.

I. Primera etapa: Recopilación y análisis de información relacionada con los intercambios comerciales entre Colombia y Francia

Para abordar el tema del proyecto, se recurrió a buscar información, que nos sirviera como base en la construcción de un modelo. La fuente de información fue la base de datos de la biblioteca de la Universidad Icesi, Academic Search Complete y EBSCOhost.¹¹ Aquí se encontraron los documentos pertinentes, que posteriormente se presentarían a los tutores Guillermo Buenaventura Vera,

¹¹ http://www.icesi.edu.co/biblioteca/bases_datos.php
<http://nebulosa.icesi.edu.co:2517/ehost/search/basic?sid=f3deb2e9-ac5e-440a-8177-e3be26e04809%40sessionmgr115&vid=0&hid=107>

PhD, y Juan Antonio Gudziol Vidal, PhD,¹² para que realizaran la revisión pertinente, y poder tomar los documentos adecuados para el proyecto.

Con el análisis de los papers debidamente seleccionados, se empieza la construcción de un Modelo Gravitacional¹³ construido por los estudiantes participantes del proyecto y con la ayuda de los tutores, con el fin de analizar detalladamente las exportaciones e importaciones entre Colombia y Francia, y de esta forma, poder identificar los principales productos que se comercializan entre estos dos países, considerando, según el Modelo Gravitacional, la distancia entre estos y el tamaño de sus economías.

II. Segunda etapa: Trabajo de campo

Conforme a lo anterior, se procede a construir un modelo de encuesta, que permita recolectar suficiente y adecuada información para el modelo:

- Se realiza un primer cuestionario para llevar a cabo el trabajo de campo. El primer paso es el de realizar el protocolo de esta encuesta con personas aleatorias con el objetivo de identificar los posibles errores en redacción que pudieran dar mal entendimiento a las preguntas.
- Una vez realizado el protocolo y corregida la encuesta, se procede a realizar el trabajo de campo, el cual tiene como objetivo entrevistar aproximadamente 200 personas que laboren en compañías que realicen importaciones a Colombia. Esto, trabajando en equipo junto con los otros estudiantes pertenecientes al proyecto.
- Recolectar la suficiente información de cada uno de los entrevistados para correr los resultados dentro del modelo preestablecido por el tutor, identificando los aspectos más importantes y valorados por los importadores, a la hora de establecer relaciones comerciales con sus

¹² Profesores tiempo completo Universidad Icesi

¹³ https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78542/1/TG00978.pdf

proveedores. De igual forma verificar con cada una de las pruebas, que el modelo es relevante y aplicativo dentro de nuestra investigación.

5.2. METODOLOGIA DE APLICACIÓN

- Una vez determinado el modelo para nuestra investigación se realiza una encuesta conformada por 53 preguntas con el fin de que sus respuestas sean aportadas por el un mercado potencial dentro del país con actividad económica dedicada a la importación de bienes y servicios. (Ver anexo 1).
- Para que la aplicación de los resultados tengan un nivel de error mínimo a la hora de emitir un juicio, se realizaron aproximadamente 200 encuestas y cabe aclarar que fueron divididas en diferentes grupos de trabajo. En este caso se realizaron 55 encuestas y con un mercado en especial.
- De los 55 encuestados (Ver anexo 3) un 42% de las personas se encuentran dentro del sector de la compra y venta de los materiales eléctricos para la industria, dentro las cuales se destacan lideres dentro del mercado y empresas posicionadas a nivel nacional como por ejemplo: Eléctricos Del Valle S.A.S, Master Eléctrico Del Valle S.A.S, El Comercio Eléctrico, entre otras. Un 11% dedicadas a la industria automotriz y no solamente cuentan con la actividad económica de la importación si no empresas que portan la única distribución de la marca a nivel nacional como es el caso de MOTUL, empresas líder en calidad de aceite y larga

trayectoria dentro del mercado. Por ultimo tenemos un 47% de empresas con diferentes importaciones de bienes y servicios entre las cuales podemos descartar; Branding Shoes, Canoe, Joyeria Adri, entre otros.

- En un principio la idea no fue concentrarse en un mercado específico, si no por el contrario, se pretendían escuchar diferentes puntos de vista de las actividades económicas de las personas encuestadas. La mayoría de las encuestas fueron realizadas personalmente lo que es nuestra investigación fue un punto a favor, debido a que se pudo escuchar a los encuestados y se pudieron rescatar diferentes opiniones e inquietudes.

Aspectos que se pretenden evaluar en las encuestas:

- 1. Nivel de satisfacción**
- 2. Nivel de servicio al cliente**
- 3. Nivel de confianza**
- 4. Calidad de los productos**
- 5. Variables externas que le dieran un valor agregado**
- 6. Manejo y control de imprevistos**
- 7. Precio y posición en el mercado**
- 8. Opinión compra y venta de productos colombianos**

6. RESULTADOS

Se presenta un proyecto descriptivo, con referencias bibliográficas, como base angular de toda la investigación. Como se menciona en apartados anteriores (5. Metodología), se realizó una encuesta con el objetivo de obtener información, acerca de los aspectos más relevantes y mejor calificados y/o valorados por los importadores colombianos, a la hora de analizar la relación de estos con su proveedor de productos importados más importante.

Para esto, se han tomado las respuestas a las preguntas, que se consideraron más relevantes a la hora de analizar los resultados. En la Grafico 1, se puede observar que los importadores colombianos valoran en gran medida, la calidad de los productos que compran a sus proveedores, en comparación con productos de la misma clase, ya sean provenientes de otros países o que sean nacionales. De igual forma, acompañado por el Grafico 2, donde los importadores ven en las compañías proveedoras, unos objetivos fuertes y ambiciosos para crecer en el futuro en los mercados nacionales e internacionales.

Grafico 1: Calificación de las empresas proveedoras frente a sus competidores¹⁴

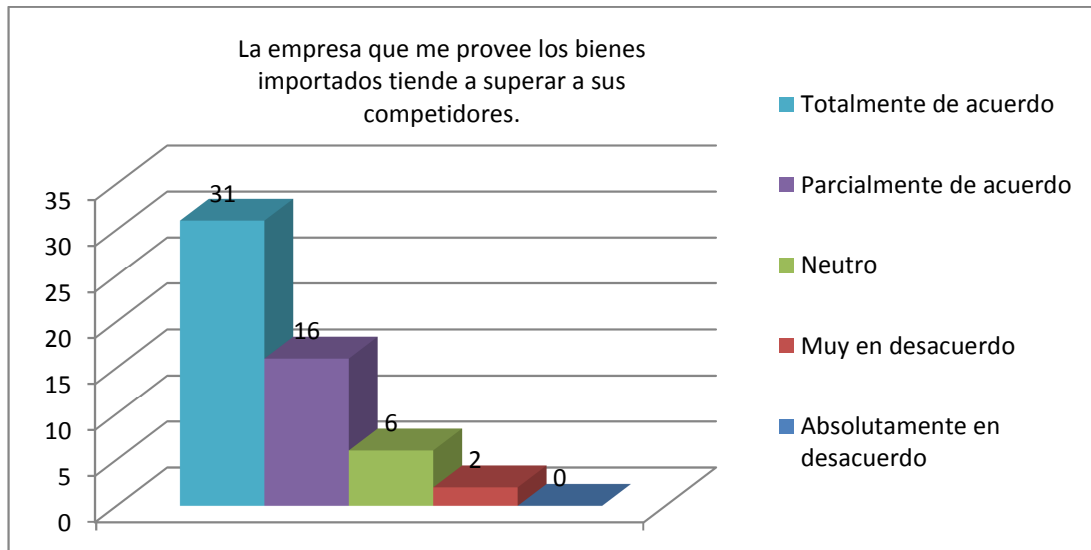
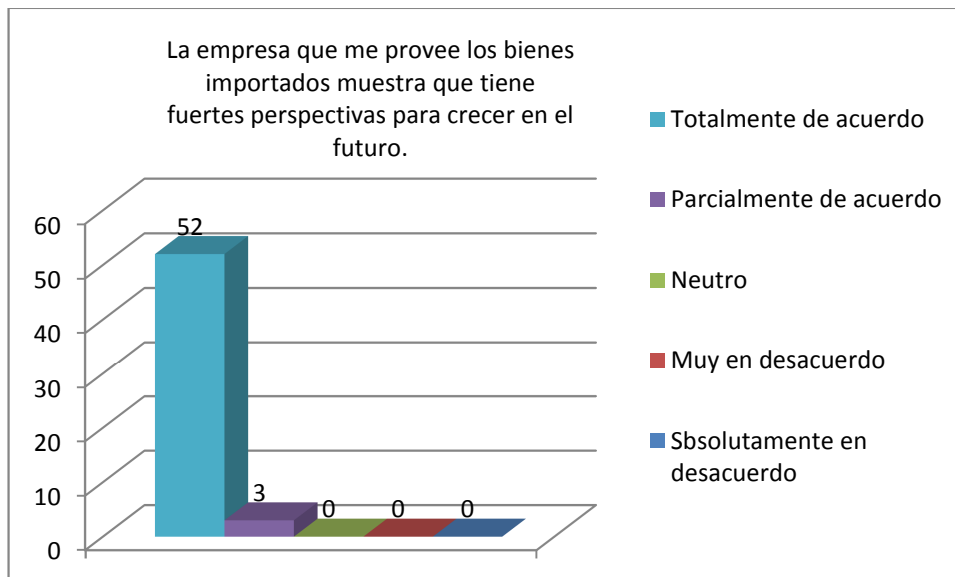


GRAFICO 2: Calificación de las compañías proveedoras respecto a sus perspectivas de crecer a futuro¹⁵

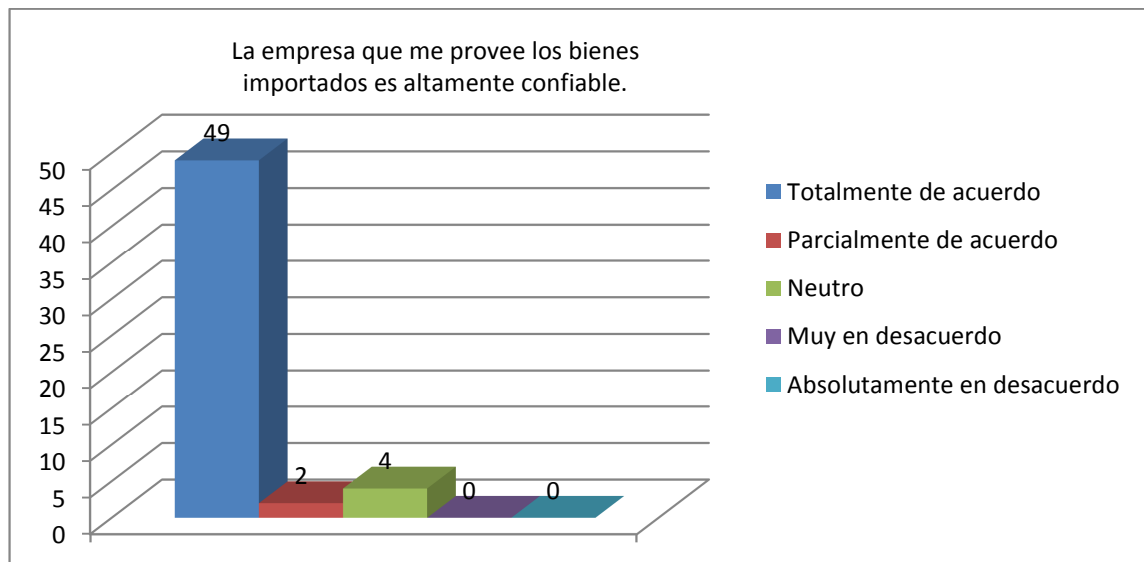


¹⁴ Elaborado por Jonathan Ospina Belalcazar. (Elaboración propia).

¹⁵ Elaborado por Jonathan Ospina Belalcazar. (Elaboración propia).

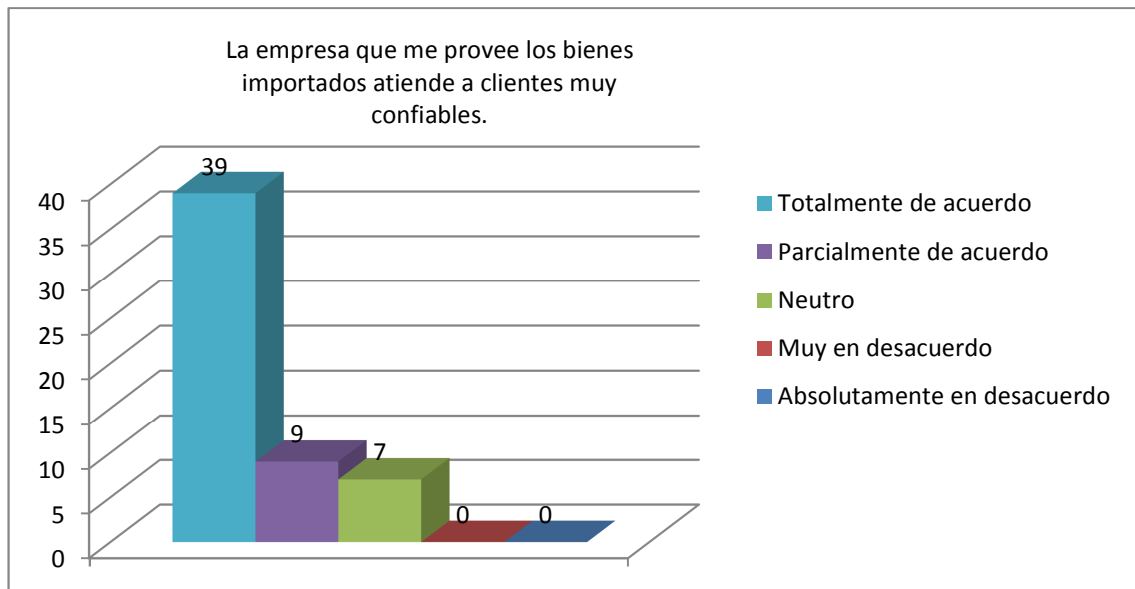
Por otra parte, se puede identificar la confianza que tienen los compradores en las compañías que les provee los bienes importados (Grafico 2). Esta confianza es fruto de la naturaleza de las compañías proveedoras, siendo estas, compañías multinacionales con experiencia y recorrido en los mercados internacionales, lo cual ha creado una reputación a lo largo de diversos mercados. Además, esta confianza va ligada, no solo a la compañía entrevistada, sino que también tiene relación con el conocimiento de otras compañías clientes del proveedor, que posiblemente puedan ser competidores directos, pero que son compañías confiables y con buen nombre y reputación en el mercado (Ver gráfico 4).

GRAFICO 3: Calificación de la confiabilidad de la compañía proveedora de bienes importados¹⁶



¹⁶ Elaborado por Jonathan Ospina Belalcazar. (Elaboración propia).

GRAFICO 4: Calificación de otros clientes de la compañía que me provee los bienes importados¹⁷

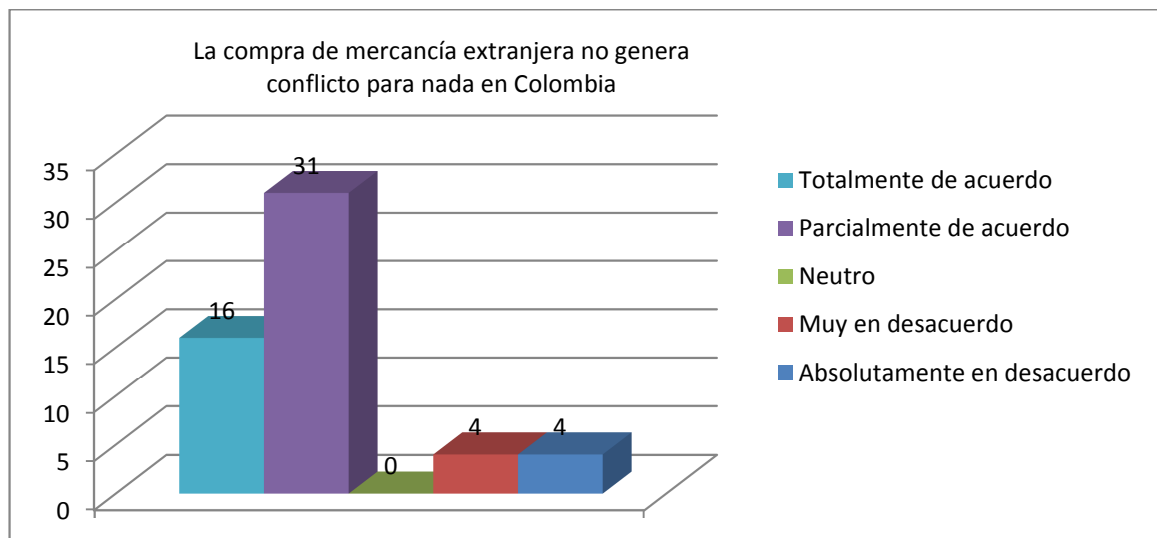


Tomando información acerca de cómo ven y califican los colombianos, en este caso los importadores, el impacto social y económico que genera la compra, comercialización e importación de productos extranjeros. Por eso, fue necesario evaluar en las encuestas, diferentes aspectos que reflejaran si se tiene la convicción de que genera o no conflicto la importación y comercialización de estos productos. Como se puede observar en el grafico 5, gran porcentaje de los importadores están de acuerdo en que la importación de mercancía hacia Colombia no genera conflictos sociales y/o económicos para el mercado y población del país. De igual forma, siguiendo la corriente de esta pregunta,

¹⁷ Elaborado por Jonathan Ospina Belalcazar. (Elaboración propia).

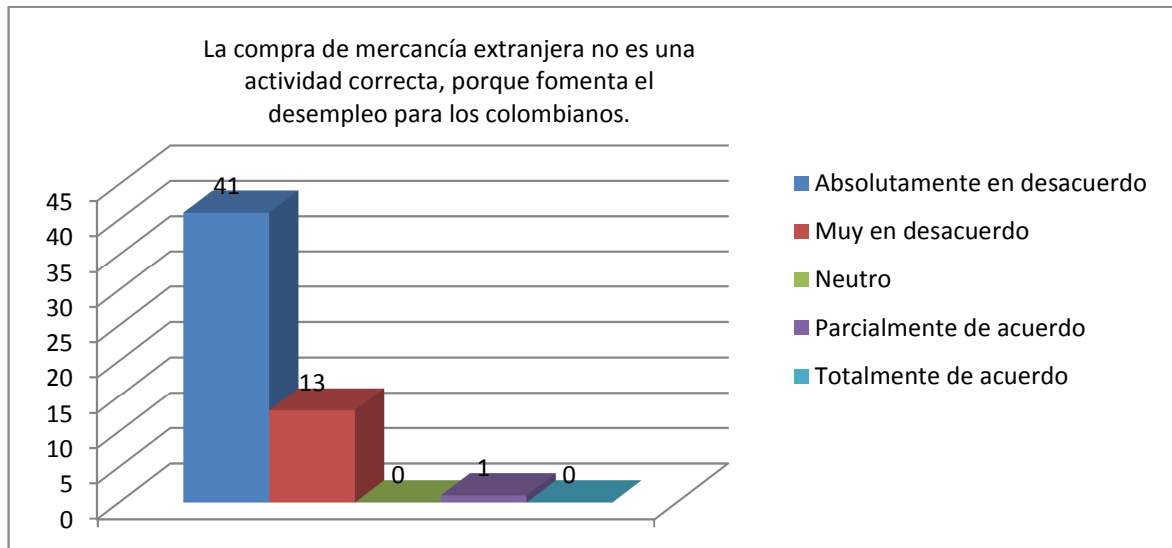
destacamos no solo la calificación, sino los comentarios personales que realizan los importadores a la hora de contestar la encuesta, factor que nos sirve como retroalimentación, y por lo tanto como se puede observar en el Grafico 6, gran porcentaje de los importadores, no considera, que la compra de mercancía extranjera sea una actividad incorrecta, y que genere desempleo para la población colombiana. Por el contrario, expresan que mediante la compra y comercialización de mercancías extranjeras, pueden sustentar a sus familias y generar empleos para los colombianos. La pregunta de muchos fue ¿sabe cuántas personas nos quedaríamos sin empleo si se prohibiera la importación?...Demasiadas, generando conflictos sociales, económicos y políticos al interior del país.

GRAFICO 5: Calificación de que los productos importados no generan conflicto en Colombia¹⁸



¹⁸ Elaborado por Jonathan Ospina Belalcazar. (Elaboración propia).

GRAFICO 6: Calificación de que la mercancía extranjera no es una actividad correcta y genera desempleo para los colombianos¹⁹



Hoy en día, con la tecnología de la información, y la apertura de los mercados a nivel mundial, se ha “acortado” la distancia entre los países. Se evidencia una apertura de los mercados a nivel internacional de gran número de países, en aspectos económicos, como son los tratados de libre comercio y acuerdos comerciales con el fin de impulsar sus economías; aspectos sociales, con la demanda y oferta de mano de obra calificada que se desarrolla en cada país, facilitando, mediante la otorgación de visas o la cancelación de esta como requisito, intercambios estudiantiles en universidades y compañías internacionales. Al referirnos a Francia en particular, es el tercer destino mas solicitado por estudiantes colombianos traducido en 3.500 estudiantes. Además,

¹⁹ Elaborado por Jonathan Ospina Belalcazar. (Elaboración propia).

en Colombia hay doce Alianzas Colombo-Francesas y más de 30.000 estudiantes aprendiendo su idioma.

Según el embajador de Francia, Pierre-Jean Vandoorne, Colombia es el único país de la región con el cual se tiene un convenio de reconocimiento mutuo para estudios universitarios, lo que permite que profesionales colombianos sean reconocidos como tal en Francia y que estudiantes franceses realicen estudios de educación superior en Colombia.²⁰

20

http://www.elcolombiano.com/estudiantes_colombianos_tienen_mas OPCIONES_para_estudiar_en_francia-FYEC_155426

7. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta que se realizó un trabajo investigativo para generar las bases de esta investigación y un modelo gravitacional trabajado por grupos de semestres anteriores, y mediante el cual se procedió a realizar una encuesta aplicada a personas que hicieran parte de compañías que realicen importaciones a Colombia. Se logró, gracias a las bases de datos y contactos con compañías importadoras, realizar las encuestas de forma personal, lo cual fue un punto a favor de esta investigación identificado en la naturaleza de los resultados. Como se puede observar en el Anexo 3, el cual contiene los nombres de las personas encuestadas y los nombres de las compañías a las que pertenecen, un gran número de los entrevistados, más de la mitad, son gerentes y dueños de estas compañías, lo cual es otro punto a favor, en el sentido en que conocen de forma detallada el funcionamiento de la compañía y las características de sus proveedores.

Se ven resultados, que destacan aspectos y características de las compañías proveedoras de productos importados, tales como la reputación de estas compañías en el mercado nacional e internacional, que se ve reflejado en factores altamente calificados por los importadores como la confiabilidad que ponen en estas compañías. De igual forma, se pueden tomar comentarios que hacen referencia a esta confianza gracias a que son multinacionales con excelente trayecto, tradición y nombre a lo largo de los últimos años.

Cabe destacar, la excelente calificación que se les da a las compañías proveedoras en sentido de cultura organizacional, donde se identifican aspectos como la amabilidad, respeto y educación hacia los clientes; personal altamente calificado; la preocupación por sus clientes; la constante capacitación en productos, con el fin de tener conocimiento de sus productos, y así, poder dar al cliente buenos consejos y recomendaciones.

Por otra parte, se identifica que los productos importados son altamente competitivos en el mercado colombiano, teniendo en cuenta los precios que se le otorga a los importadores, con el fin de incentivarlos a seguir comprando y crecer simultáneamente; la calidad de los productos, en especial, aquellos que se producen en países con alta reputación, experiencia y especialización en un tipo de producto en particular. Por ejemplo 1: las autopartes son importadas especialmente desde Japón, donde la industria automotriz se ha desarrollado de forma constante a lo largo de muchos años. Son productos costosos, que valen lo que su calidad y durabilidad ofrece. Ejemplo 2: Creamigo SA, importa lubricantes para automotores (carros, motos, motores fuera de borda, maquinaria pesada, etc) directamente desde Francia, siendo la marca MOTUL, la numero 1 en lubricación a nivel mundial. Esto se desprende de los años de experiencia que tiene esta marca (156 años), y por el continuo mejoramiento a lo largo de los años. Que no tiene punto de comparación si lo comparamos con lubricantes fabricados en Colombia.

Como se ha podido observar, frente a los indicadores económicos respectivos a las relaciones comerciales entre Colombia, la Unión Europea, y Francia particularmente, se puede destacar el hecho de que la Unión Europea, es el tercer aliado comercial para el país. Francia, después de Alemania, es el país con el cual Colombia tiene mayor relación comercial dentro de la Unión Europea, donde del total de las importaciones provenientes de la Unión Europea, el 25% de estas provienen de Francia.

Teniendo en cuenta los párrafos anteriores, se pueden ver grandes oportunidades comerciales entre los dos países. Con el fin de ahondar en las relaciones comerciales, aprovechando los acuerdos comerciales presentes, y futuros, generando un beneficio mutuo que permita a los dos países seguir creciendo económicamente, siendo Francia, un gran aliado para Colombia.

8. BIBLIOGRAFÍA

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Informe de importaciones colombianas y balanza comercial. 2015. Enero-Agosto

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Resumen de perfil de Francia.

Publicaciones del diario El Tiempo. Sección Economía. Indicadores

Revista Dinero (Junio 30 de 2015). Informe de déficit comercial colombiano

Duarte García, Jennifer. La Unión Europea dentro del "giro" de la política exterior colombiana. Papel Político. Jul-Dic 2012, Vol. 17 Issue 2, p679-706. 28p

Aarón Garavito, David Camilo López, Enrique Montes. Lecturas de economía. Índices de Valor Unitario y Quantum del Comercio Exterior Colombiano. 2014.

9. ANEXOS

Con los siguientes anexos, se desea mostrar el formato de encuesta, con la cual se llevó a cabo el trabajo de campo en las compañías importadoras colombianas. De igual forma se desea mostrar la lista de las compañías a las cuales recurrimos para encuestar a su personal.

En otros anexos se quiere mostrar información económica de Colombia y Francia, al igual que los indicadores en sus relaciones comerciales.

ANEXO 1: Formato encuesta de valoración

ENCUESTA DE VALORACIÓN

| | | | | | |
|---|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|
| Entrevistador: | | | | | |
| Entrevistado: | | | | | |
| Cargo: | | | | | |
| Sexo: | | | | | |
| Empresa: | | | | | |
| Antigüedad en el cargo (en años): | | | | | |
| Nivel de estudios: | 1. Bachiller | 2. Tecnólogo | 3. Profesional | 4. Postgrado | 5. Doctorado |
| ¿Tiene usted formación en Administración? | 1. Si | | 2. No | | |
| Edad de la empresa (en años): | | | | | |
| Tiempo que lleva la empresa importando (en años): | | | | | |

Instrucciones:

- 1) Para responder la encuesta, por favor, refiérase a su mejor proveedor de productos importados.
- 2) En cada una de las preguntas siguientes, marque el número que mejor se adecúe a su grado de acuerdo o desacuerdo con la afirmación expresada.
- 3) La escala que aparece encima de los números refleja los diferentes grados de acuerdo o desacuerdo.

| Afirmación | Grado de acuerdo con la afirmación | | | | |
|---|------------------------------------|-------------------|--------|-------------------------|-----------------------|
| | Absolutamente en desacuerdo | Muy en desacuerdo | Neutro | Parcialmente de acuerdo | Totalmente de acuerdo |
| 1. La empresa que me provee los bienes importados tiene empleados que tratan a los clientes de manera cortés. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. La empresa que me provee los bienes importados tiene empleados que se preocupan por las necesidades de los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. La empresa que me provee los bienes importados se preocupa por sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. La empresa que me provee los bienes importados tiende a superar a sus competidores. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. La empresa que me provee los bienes importados reconoce y toma ventaja de las oportunidades del mercado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. La empresa que me provee los bienes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| importados muestra que tiene fuertes perspectivas para crecer en el futuro. | | | | | |
| 7. La empresa que me provee los bienes importados desarrolla servicios innovadores. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Confío plenamente en la empresa que me provee los bienes importados. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. La empresa que me provee los bienes importados me genera una gran confianza. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Considero que la empresa que me provee los bienes importados es íntegra en alto grado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Para hacer las cosas correctamente puedo depender de la empresa que me provee los bienes importados. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. La empresa que me provee los bienes importados es confiable. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Soy un consumidor leal de la empresa que me provee los bienes importados. | | | | | |
| 14. He desarrollado una buena relación con la empresa que me provee los bienes importados. | | | | | |
| 15. Soy leal de la empresa que me provee los bienes importados. | | | | | |
| 16. La empresa que me provee los bienes importados tiene una buena reputación en el mercado. | | | | | |
| 17. La empresa que me provee los bienes importados es altamente confiable. | | | | | |
| 18. La empresa que me provee los bienes importados me presta un servicio oportuno. | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| 19. La empresa que me provee los bienes importados cuenta con empleados competentes. | | | | | |
| 20. La empresa que me provee los bienes importados tiene empleados que son accesibles y fáciles de contactar. | | | | | |
| 21. Los empleados de la empresa que me provee los bienes importados son respetuosos y educados. | | | | | |
| 22. La empresa que me provee los bienes importados cuenta con empleados que se esfuerzan por entender las necesidades. | | | | | |
| 23. Los empleados de la empresa que me provee los bienes importados son pulcros y aseados. | | | | | |
| 24. El precio de los bienes que me provee la empresa es muy razonable. | | | | | |
| 25. La empresa que me provee los bienes importados tiene claro el valor que aporta su oferta. | | | | | |
| 26. La empresa que me provee los bienes importados brinda un buen servicio a cambio del precio cobrado. | | | | | |
| 27. La empresa que me provee los bienes importados ofrece un buen servicio económico. | | | | | |
| 28. La empresa que me provee los bienes importados tiene empleados con buen conocimiento sobre el trabajo. | | | | | |
| 29. La empresa que me provee los bienes importados tiene empleados que brindan consejos válidos. | | | | | |
| 30. La empresa que me provee los bienes importados tiene empleados que conocen bien lo que la empresa ofrece. | | | | | |

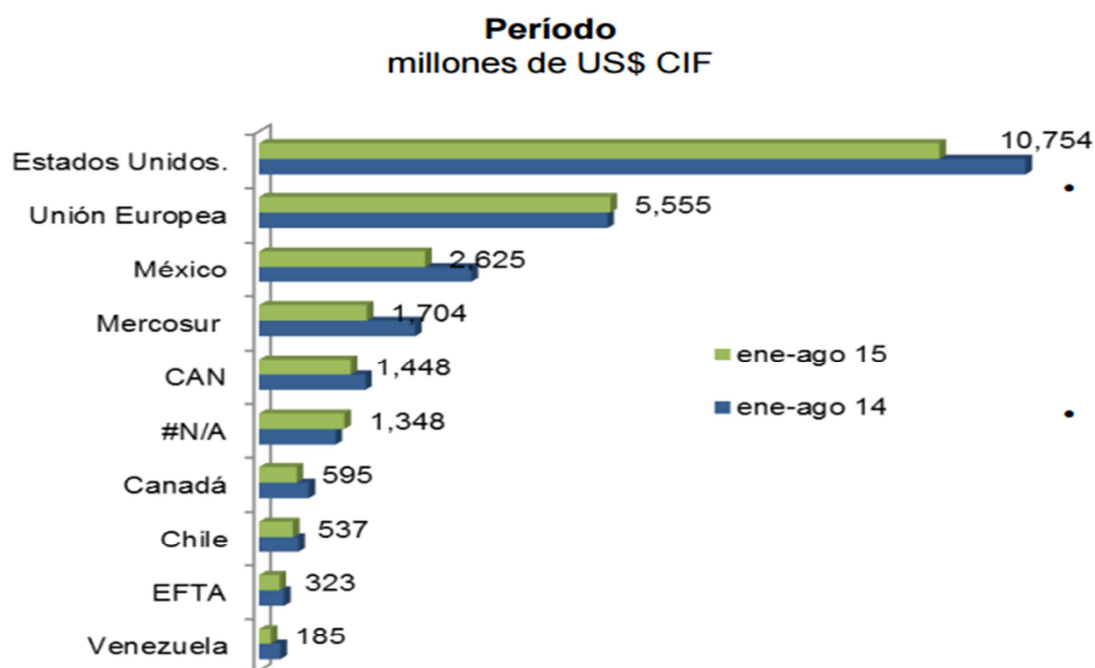
| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 31. La empresa que me provee los bienes importados tiene empleados que son buenos profesionales. | | | | | |
| 32. La empresa que me provee los bienes importados cuenta con empleados que se actualizan permanentemente acerca de su trabajo. | | | | | |
| 33. La empresa que me provee los bienes importados ofrece siempre algo nuevo y diferente. | | | | | |
| 34. La empresa que me provee los bienes importados me estimula a seguir comprando. | | | | | |
| 35. La empresa que me provee los bienes importados ofrece siempre algo que genera emociones positivas. | | | | | |
| 36. La empresa que me provee los bienes importados es de fácil recordación. | | | | | |
| 37. La empresa que me provee los bienes importados es diferenciable. | | | | | |
| 38. La empresa que me provee los bienes importados me genera seguridad. | | | | | |
| 39. La empresa que me provee los bienes importados me permite una comunicación libre con sus empleados. | | | | | |
| 40. La empresa que me provee los bienes importados me permite hacer contribuciones a los procesos de compra. | | | | | |
| 41. La empresa que me provee los bienes importados me permite compartir las decisiones de cómo hacer las cosas. | | | | | |
| 42. La empresa que me provee los bienes importados respeta la privacidad del cliente. | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 43. Puedo realizar tareas de cooperación entre la empresa que me provee los bienes importados y mi empresa. | | | | | |
| 44. La empresa que me provee los bienes importados tiene control y respuesta sobre eventos imprevistos. | | | | | |
| 45. La empresa que me provee los bienes importados cuenta con una muy buena aprobación social. | | | | | |
| 46. La empresa que me provee los bienes importados atiende a clientes muy confiables. | | | | | |
| 47. La empresa que me provee los bienes importados atiende otras empresas que conozco. | | | | | |
| 48. La calidad de los productos colombianos es de primera clase | | | | | |
| 49. La compra de mercancía extranjera no genera conflicto para nada en Colombia | | | | | |
| 50. La compra de mercancía extranjera no es una actividad correcta, porque fomenta el desempleo para los colombianos. | | | | | |
| 51. Los colombianos solo compran productos de origen colombiano. | | | | | |
| 52. Todos los colombianos deberían comprar mercancía nacional para impedir la importación de artículos extranjeros. | | | | | |
| 53. Yo recomendaría no comprar productos extranjeros. | | | | | |

ANEXO 2: Principales productos de importación desde Francia

| Descriptiva * | Miles US \$ CIF | | | | | Partic. % 2012 |
|---|------------------|------------------|------------------|--------------------|------------------|----------------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | Enero - septiembre | | |
| | | | | 2011 | 2012 | |
| Las demás aeronaves (por ejemplo: helicópteros, aviones); vehículos espaciales (incluidos los vehículos espaciales) | 1.034.020 | 563.803 | 1.107.668 | 714.814 | 545.748 | 51,6 |
| Medicamentos (excepto los productos de las partidas 30.02, 30.05 ó 30.06) constituidos por uno o más principios activos | 54.762 | 63.721 | 81.208 | 60.922 | 70.581 | 6,7 |
| Aceites de petróleo o de mineral bituminoso, excepto los aceites crudos; preparaciones de aceites | 5.046 | 6.065 | 8.364 | 6.135 | 34.439 | 3,3 |
| Sangre humana; sangre animal preparada para usos terapéuticos, profilácticos o de diagnóstico | 20.046 | 21.734 | 20.800 | 16.915 | 18.165 | 1,7 |
| Topadoras frontales («bulldozers»), topadoras angulares («angledozers»), niveladoras, topadoras | 5.060 | 3.702 | 26.834 | 25.020 | 18.001 | 1,7 |
| Perfumes y aguas de tocador. | 13.362 | 11.583 | 18.719 | 13.843 | 14.403 | 1,4 |
| Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos | 14.271 | 15.819 | 21.040 | 15.821 | 14.080 | 1,3 |
| Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05. | 11.110 | 11.853 | 16.080 | 11.832 | 10.407 | 1,0 |
| Brújulas, incluidos los compases de navegación; los demás instrumentos y aparatos de navegación | 2.119 | 3.481 | 11.168 | 8.396 | 10.368 | 1,0 |
| Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte | 8.266 | 9.322 | 12.215 | 10.521 | 9.918 | 0,9 |
| Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos y sus unidades; lectores | 2.987 | 6.011 | 1.865 | 1.572 | 8.658 | 0,8 |
| Aparatos para corte, seccionamiento, protección, derivación, empalme o conexión de circuitos | 8.169 | 10.648 | 12.758 | 9.615 | 8.171 | 0,8 |
| Tractores (excepto las carretillas tractor de la partida 87.09). | 746 | 124 | 399 | 341 | 8.103 | 0,8 |
| Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los de diagnóstico | 5.574 | 6.789 | 7.801 | 5.731 | 7.459 | 0,7 |
| Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a los aparatos de las partidas | 5.075 | 9.305 | 10.531 | 8.295 | 6.429 | 0,6 |
| Subtotal | 1.190.613 | 743.959 | 1.357.449 | 909.773 | 784.931 | 74,2 |
| Participación % | 81,7 | 66,7 | 76,4 | 75,3 | 74,2 | |
| Total importado desde Francia | 1.456.638 | 1.114.796 | 1.777.285 | 1.208.447 | 1.057.748 | 100,0 |

ANEXO 3: Importaciones de Colombia originarias de países con acuerdos comerciales vigentes



ANEXO 4: Lista de personas encuestadas pertenecientes a compañías colombianas importadoras

| ENTREVISTADO | CARGO | EMPRESA |
|--------------------|---------------|----------------------------------|
| Jose Quintero | Tesorería | Master Electrico Del Valle S.A.S |
| Yeraldine Lopez | Ventas | Comerlec De Valle S.A.S |
| Jhon Velasquez | Ventas | Comerlec De Valle S.A.S |
| Juan Felipe Osorio | Ventas | Comerlec De Valle S.A.S |
| Javier Urbano | Gerente | Impordecol |
| Ana Cuevas | Ventas | Impordecol |
| Nayibe Cuevas | Contabilidad | Impordecol |
| Hernan Osorio | Comercio | Impordecol |
| Carlos Pineda | Gerente | Importadora Celeste S.A |
| Jorge Guerrero | Comercio | Electricos Importados S.A |
| Alberto Espinosa | Administrador | Importadora NIPON S.A |
| Gustavo Sanchez | Tesorería | Llantas e Importaciones SAGU |

| | | |
|-----------------------|-------------------|--------------------------------------|
| Ivan Castaño | Gerente | Importex |
| Mario Forero | Gerente | Importaciones Disfarlin LTDA |
| Isaac Rabinovich | Administrador | Importaciones Almajo S.A |
| Diego Manchola | Gerente | Importaciones Industriales Occidente |
| Jose Ortiz Arteaga | Comercio Exterior | Importaciones REYPAR S.A.S |
| Jaime Forero | Director | Importaciones MTG |
| Eduardo Tobon | Gerente | Electricos Del Valle S.A |
| Estella Benavides | Comercio Exterior | Electricos Del Valle S.A |
| Preciado Justiniano | Gerente | El Comercio Electrico S.A.S |
| Jaime Rincon | Ventas | El Comercio Electrico S.A.S |
| Juan Pablo Castillo | G. Calidad | Provider Y CIA LTDA |
| Oscar Castillo | Gerente | Provider Y CIA LTDA |
| Eliana Obando | Contabilidad | Provider Y CIA LTDA |
| Alvaro Carvajal | Gerente | Distribuciones Electricas A.C |
| Johana Martinez | Ventas | Distribuciones Electricas A.C |
| Diana Correa | Ventas | Electricos Del Valle S.A |
| German Ochoa | Gerente | Iluminaciones Tecnicas S.A |
| Juliana Bravo | Comercio Exterior | Iluminaciones Tecnicas S.A |
| Ricardo Mora | Ventas | NTS: Equipos, repuestos y servicio |
| Juan Felipe Velasco | Gerente | Bavarian Tek |
| Walter Ospina | Gerente | Creamigo SA |
| Lorenzo Giraldo | Gerente | Licores la Amistad |
| Margarita Ibañez | Gerente | Las fragancias de las margaritas |
| Nicolas Restrepo | Gerente | Vitacore |
| Raul Realpe | Gerente | NiponAutos SAS |
| Jhon Fredy Gomez | Gerente | Supermercados su papá |
| Alberto Giraldo | Gerente | Duistribuidora Copete |
| Monica Salazar | Gerente | Casa 5ta Decoraciones |
| Javier Giraldo | Gerente | Disfocci |
| Mauricio Giraldo | Ventas | Ferroelectricos Medellin |
| Jaime Giraldo | Gerente | Yamamotos |
| Oscar Pinzon | Ventas | Joyeria Radri Alzate |
| Juan Carlos Hernandez | Ventas | Importadora Cali |
| Jonathan Ospina | Ventas | Creamigo SA |
| Ape Takameshi | Gerente | Importadora Parte Centro |
| Pedro Patiño | Gerente | Kopec SAS |
| Jairo Carrascal | Gerente | Tacama Import |
| Oscar Ospina | Gerente | Branding Shoes |
| Neftali Murillo | Gerente | Canoe Tienda de Ropa |

| | | |
|-------------------|---------|---------------------|
| Juan Carlos Perez | Gerente | D´Fiestas |
| Juan David Yusty | Ventas | Ferreteria Don Leon |
| Cristian Sanchez | Gerente | Pasaje de la moda |
| Marco Cardona | Gerente | MC Nutrition |