

UNIVERSIDAD ICESI



PROYECTO DE GRADO

CASO DE ESTUDIO ICECOMEX

UNIVERSIDAD ICESI

ROBERTO JOSÉ ZAPATA ORTEGA

VANESSA FIGUEROA GONZÁLEZ

Santiago de Cali, Valle del Cauca

29 de Noviembre de 2013

CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	3
ÍNDICE DE GRÁFICAS.....	4
RESUMEN.....	5
Palabras clave.....	5
INTRODUCCIÓN	6
JUSTIFICACIÓN	8
OBJETIVOS.....	10
OBJETIVO GENERAL	10
<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>10</i>
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO	11
<i>Iniciativas privadas.....</i>	<i>14</i>
<i>Iniciativas académicas.....</i>	<i>17</i>
<i>Iniciativas gubernamentales</i>	<i>20</i>
<i>Iniciativas mixtas</i>	<i>21</i>
CAPÍTULO 2. PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CONSULTORIO	
ICECOMEX	23
Obtención de información de fuentes secundarias - Trabajo de campo.....	23
<i>Estudiantes universitarios.....</i>	<i>23</i>
<i>Empresarios</i>	<i>32</i>
Bibliografía	38
CONCLUSIONES.....	40
RECOMENDACIONES.....	41
ANEXOS	42

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. <i>ESTABLECIMIENTOS SEGÚN ESCALA DE PERSONAL POR ACTIVIDAD ECONÓMICA</i>	12
TABLA 2. <i>DATOS INDICATIVOS DE PYMES EXPORTADORAS</i>	13
TABLA 3. <i>NÚMERO DE ENCUESTAS A REALIZAR</i>	24

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1. CONSULTORIOS REGIONALES.....	14
GRÁFICA 2. <i>MEDIO POR EL CUAL SE ENTERÓ DEL CONSULTORIO.</i>	25
GRÁFICA 3. <i>NÚMERO DE ESTUDIANTES QUE HAN USADO ALGÚN SERVICIO DEL CONSULTORIO.</i>	25
GRÁFICA 4. <i>PORCENTAJE DE SERVICIOS DEL CONSULTORIO USADOS POR LOS ESTUDIANTES.</i>	26
GRÁFICA 5. <i>CALIFICACIÓN AL CONSULTORIO DE COMERCIO EXTERIOR ICECOMEX</i>	27
GRÁFICA 6. <i>MOTIVOS DE BAJA CALIFICACIÓN AL CONSULTORIO</i>	28
GRÁFICA 7. <i>MOTIVOS DE ALTA CALIFICACIÓN AL CONSULTORIO</i>	29
GRÁFICA 8. <i>CALIFICACIÓN POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES ANTE DIFERENTES SERVICIOS DE ICECOMEX.</i>	30
GRÁFICA 9. <i>PORCENTAJE DE ESTUDIANTES QUE VOLVERÍAN A USAR LOS SERVICIOS DE ICECOMEX</i>	31
GRÁFICA 10. <i>PORCENTAJE DE ESTUDIANTES QUE RECOMENDARÍAN ICECOMEX</i>	31
GRÁFICA 11. <i>PORCENTAJE DE EMPRESARIOS QUE CONOCIERON DEL CONSULTORIO POR LOS DIFERENTES MEDIOS</i>	32
GRÁFICA 12. <i>CALIFICACIÓN GENERAL DEL CONSULTORIO</i>	33
GRÁFICA 13. <i>CALIFICACIÓN DE ICECOMEX CON RESPECTO A LOS SERVICIOS – FOROS</i>	34
GRÁFICA 14. <i>CALIFICACIÓN DE ICECOMEX CON RESPECTO A LOS SERVICIOS – CONSULTAS</i>	35
GRÁFICA 15. <i>CALIFICACIÓN DE ICECOMEX CON RESPECTO A LOS SERVICIOS - PUBLICACIONES</i>	36
GRÁFICA 16. <i>CALIFICACIÓN DE ICECOMEX CON RESPECTO A LOS SERVICIOS – ATENCIÓN AL USUARIO</i>	37

RESUMEN

En los capítulos descritos en esta investigación de carácter descriptivo, los autores tienen como propósito analizar la relevancia de los servicios prestados por el Consultorio de Comercio Exterior de la Universidad ICESI (ICECOMEX) para los empresarios y estudiantes de la región. Se planteó un esquema teórico que permitió realizar un análisis de la situación de las pymes en Colombia, exponiendo algunas definiciones y características relevantes de las mismas, siendo necesario resaltar la importancia que tienen los principales consultorios de comercio exterior del país en la cultura exportadora de las PYMES. Esta investigación fue enriquecida por un trabajo de campo el cual tuvo dos objetivos, el primero, medir el grado de conocimiento por parte de los estudiantes de la región de los servicios prestados por el consultorio y la respectiva calificación que se le otorga a cada uno de estos, y el segundo, medir el nivel de satisfacción de las empresas que han tenido contacto con el consultorio y han utilizado alguno de sus servicios.

Palabras clave

PYMES Colombia, Proceso de Internacionalización, nivel de satisfacción, grado de conocimiento, consultorio de comercio exterior.

INTRODUCCIÓN

Se ha demostrado que tanto las empresas nacientes como las pymes son esenciales en el proceso económico y regional de un país, siendo estas influyentes en el nivel de empleo y en la construcción de nuevos modelos empresariales, atendiendo necesidades de los mercados regionales y actuando en procesos de comercio exterior. Sin embargo, gran parte de las incursiones de las PYMES en mercados externos terminan en fracasos debido a su tamaño y a la ausencia de una red de apoyo apropiada que permita corregir las dificultades y obstáculos que enfrentan estas empresas a la hora de exportar, que van desde la falta de financiamiento hasta una gran asimetría de información¹.

Las PYMES en Colombia están llamadas a participar de forma activa en todo el proceso de transformación productiva del país. El 97% de la economía del país se encuentra conformada por micro, pequeñas y medianas empresas que actualmente le dan empleo al 76% de la población económicamente activa, con un promedio de 30.4 trabajadores por empresa². De igual forma, las pymes colombianas presentan altos índices de competitividad que son reflejo de las expectativas de crecimiento de sus directivos (Romano Sforza, 2013). A pesar de que las cifras son alentadoras, el nivel de producción en términos de bienes y servicios de las pymes es relativamente menor que el de empresas de mayor tamaño. Lo anterior se puede explicar debido a que las pymes cuentan con limitados recursos financieros, humanos y técnicos en comparación con empresas más grandes, una formación de sus gestores no siempre adecuada, una estructura organizativa excesivamente centralizada, una cultura empresarial resistente al cambio, u otros factores específicos del país/zona de origen excesivamente arraigados en su cultura son factores que pueden frenar su expansión internacional (De Chiara y Minguzzi, 2002; Manolova, 2002).

Los autores realizaron una investigación relacionada con el Consultorio de Comercio Exterior de la Universidad Icesi, ICECOMEX, en la cual se logra conocer la percepción que tienen los usuarios acerca de los servicios del mismo, con el objetivo de identificar

¹ Fuente: Paloma Ochoa, *Las PyMEs y el Comercio Exterior: ¿Por qué es necesario un plan de exportación?*

² Fuente: www.embapilar.com/pymes-colombianas/

fortalezas y aspectos a mejorar del consultorio que permita incrementar su posicionamiento entre la comunidad estudiantil y empresarial. A continuación los lectores conocerán como se desarrolló la investigación y cuál fue su metodología.

Para éste proyecto se realizó una “investigación descriptiva, la cual consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Con este tipo de investigación se busca predecir e identificar las relaciones que existen entre dos o más variables”³. De ésta forma se determinó cual fue la calificación del servicio del consultorio por parte de sus usuarios, cómo calificaron los foros, las consultas, publicaciones, las visitas empresariales y la atención al usuario.

En el primer capítulo, el lector encontrará el marco teórico. En éste punto se identifican conceptos relacionados con consultorios de comercio exterior en Colombia y ejemplos de éstos en la región. Así mismo, el lector hallará información relacionada con la internacionalización de las PYMES en Colombia (definiciones, componentes y barreras de internacionalización) y cómo ICECOMEX contribuye a su cultura exportadora.

En el capítulo dos, el lector encontrará la metodología usada para la investigación descriptiva de la percepción que tienen los usuarios hacia los diferentes servicios del consultorio y los resultados estadísticos correspondientes a cada uno de éstos.

³ Síntesis de "Estrategia de la investigación descriptiva" Manual de técnica de la investigación educacional de Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer.

JUSTIFICACIÓN

El comercio exterior ofrece importantes beneficios para los gobiernos y las empresas que deciden ejercer ésta actividad. Para los gobiernos, el exportar bienes y servicios aporta para la sociedad y la economía del país crecimiento y desarrollo, implementa intercambios internacionales y mejora las oportunidades de empleo. A nivel empresarial, el comercio exterior da paso a la innovación y al desarrollo, permite que se generen cambios positivos en la administración y dirección de la empresa e incrementa la posición financiera y competitiva de la empresa ante los mercados domésticos (Czinkota, 1996; Katsikeas & Skarmeas, 2003).

Es muy importante que las PYMES en Colombia continúen sus procesos de internacionalización, de tal manera que logren aprovechar las grandes oportunidades que ofrecen los mercados internacionales, especialmente los que se relacionan con los diferentes acuerdos de complementación e integración económica⁴ con los que cuenta Colombia. Así mismo, las empresas actualmente se caracterizan por un alto grado de globalización e internacionalización que afecta a todas las empresas independientemente del tamaño de las mismas. El crecimiento de las PYMES, incluido el desarrollo exitoso en los mercados internacionales, está siendo reconocido como crucial para el desarrollo económico y el futuro bienestar de las naciones: algo que se muestra particularmente agudo para las PYMES que persiguen estrategias de nichos desde mercados domésticos limitados (Coviello & Munro, 1995).

Debido a la importancia de las PYMES en Colombia y su proceso de internacionalización, es relevante que éstas cuenten con fuentes de información que les permitan obtener herramientas adecuadas, ya sea para ingresar por primera vez en mercados extranjeros o para mejorar sus procesos de comercialización en el exterior.

La Universidad Icesi para fomentar la integración con la región y el país crea un Consultorio de Comercio Exterior, ICECOMEX, el cual ofrece a las PYMES y a la comunidad estudiantil un espacio en el que se les facilita el acceso a información de

⁴ Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), La comunidad Andina (CAN), Area de Libre Comercio de las Américas (ALCA), el Grupo de los tres (G3).

calidad y precisa a través de consultorías, visitas empresariales, foros informativos y publicaciones. Estos servicios son ofrecidos de forma gratuita a la comunidad regional y nacional, contribuyendo de esta manera al fomento del espíritu de internacionalización entre PYMES de diversos sectores⁵.

Para ICECOMEX, es de gran importancia conocer cuál ha sido el impacto generado en la comunidad estudiantil y empresarial. Para esto, se diseñó una investigación descriptiva que permitiera conocer la percepción que tienen los estudiantes y empresas que han utilizado alguno de los servicios ofrecidos por el consultorio. Con los resultados obtenidos se propone que ICECOMEX continúe reforzando los aspectos positivos y desarrolle una estrategia para mejorar los aspectos que no obtuvieron una buena calificación.

⁵ Fuente: Consultorio de comercio exterior ICECOMEX de la Universidad Icesi.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Conocer la percepción que tienen los usuarios del consultorio de comercio exterior ICECOMEX frente a los servicios que éste ofrece.

Objetivos específicos

1. Determinar la situación actual de las PYMES en Colombia y como ICECOMEX contribuye a su cultura exportadora.
2. Determinar cuáles son los consultorios de comercio exterior más influyentes en Colombia y como estos apoyan la cultura exportadora de las PYMES, a partir de la revisión del marco teórico sobre el tema.
3. Identificar el grado de satisfacción que tiene la comunidad empresarial ante los servicios ofrecidos por el consultorio de comercio exterior ICECOMEX.
4. Identificar el grado de satisfacción que tiene la comunidad estudiantil ante los servicios ofrecidos por el consultorio de comercio exterior ICECOMEX.

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO

Las pequeñas y medianas empresas, PYMES, en Colombia han presentado grandes avances en los diferentes aspectos económicos y legales. El gobierno se ha encargado de crear e implementar leyes que permitan por medio de diferentes entidades coordinar las actividades y programas que fomenten el desarrollo y crecimiento de las PYMES del país.

De acuerdo con la definición establecida en el Artículo 2o en la ley 590 del año 2000, *“Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros”*

1. Mediana empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre 100.000 a 610.000 UVT. (Ajuste de salarios mínimos en términos de UVT por el artículo 51 de la Ley 1111 de 2006)

2. Pequeña empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

3. Microempresa:

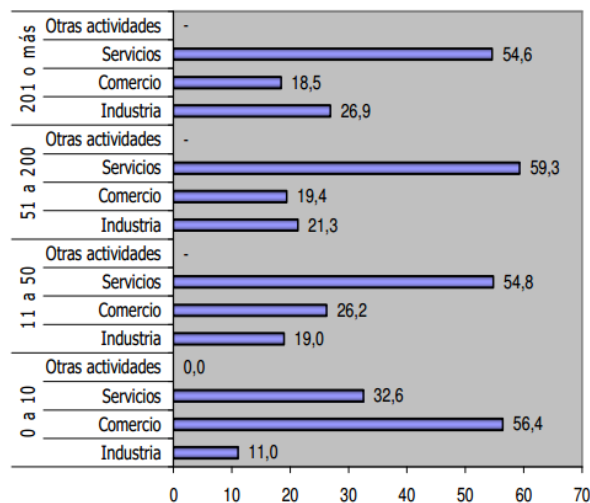
- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
- b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

La tabla 1⁶ muestra el porcentaje de empresas PYME en Colombia según la actividad a la que se dedican ya sean actividades de servicios, comercio e industria. Cabe resaltar que de forma general los porcentajes más altos los tienen las empresas dedicadas a los servicios y al comercio.

Este tipo de empresas en Colombia son una fuerte influencia en la economía en general, sobre todo en lo relacionado a la generación de empleo. Este aspecto tan representativo ha impulsado al gobierno a reanudar esfuerzos junto con las empresas privadas para implementar prácticas que apoyen e impulsen a las PYMES en diferentes aspectos, sobre todo en lo concerniente al desarrollo e internacionalización de las mismas. En la tabla 2 se incluyen datos estadísticos en cuanto a la exportación de algunos países de Latinoamérica. Para Colombia, en el año 2004 los datos estadísticos para las PYMES fueron del 4,5% en relación a las exportaciones totales.

Tabla 1. Establecimientos según escala de personal por actividad económica

Establecimientos según escala de personal por actividad económica



En los establecimientos del grupo con 0-10 empleados, el Comercio (56,4%) es la actividad más frecuente y en el grupo de 11 a 50 empleados la actividad Servicios representa el 54,8%.

⁶ Perfil nacional censo general 2005 (página 5). DIAN

Tabla 2. Datos indicativos de pymes exportadoras

AMÉRICA LATINA (PAÍSES SELECCIONADOS): DATOS INDICATIVOS DE PYMES EXPORTADORAS							
	Argentina 2010	Brasil 2008	Chile 2008	Colombia 2004	Costa Rica 2010	Perú 2010	México 2008
Empresas exportadoras (en número de empresas)	13 625	23 032	8 240	11 334	2 897	7 036	35 445
Pymes exportadoras (en número de empresas)	10 373	14 094	4 800	8 058	1 872	6 192	31 333
Pymes exportadoras (en porcentajes del total de exportadoras)	76,1	61,2	58,3	71,1	64,6	88,0	88,4
Exportaciones pyme (en porcentajes de las exportaciones totales)	6,0	...	7,0	4,5	16,0	3,3	4,0
Principales destinos de pymes exportadoras	América Latina	América Latina, Unión Europea	América Latina, Estados Unidos	Estados Unidos, América Latina	Estados Unidos, Centroamérica	América Latina, Estados Unidos	Estados Unidos
Principales sectores de pymes exportadoras	Industria	Industria	Industria	Industria	Industria, servicios	Industria	Industria

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de datos oficiales, Banco Mundial y datos estandarizados de organismos oficiales en cada país. Para la Argentina, Centro de Estudios para la Producción (CEP); para el Brasil, Centro de Estudios de Comercio Exterior (FUNCEX) - Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE); para Chile, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON) - Dirección de Promoción de Exportaciones (PROCHILE); para Colombia, Promotora de Exportaciones (PROEXPORT); para Costa Rica, Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER); para el Perú, Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX), y para México, Observatorio PyME.

Los acuerdos de libre comercio con los que cuenta Colombia actualmente brindan nuevas oportunidades para las PYMES. Éstos Tratados son “acuerdos de carácter comercial bilateral o multilateral con una regulación flexible de intercambio de bienes y servicios, cuya finalidad es generar mayor nivel de desarrollo económico e incremento de los flujos comerciales e inversiones dentro y fuera de las fronteras estatales”⁷ y con los cuales las PYMES pueden verse beneficiadas al generarse una reducción de aranceles, disminución en el costo de materias primas, entre otros.

Sin embargo, en Colombia las PYMES se enfrentan a barreras externas e internas que les impiden a estas iniciar un proceso de exportación. Entre las barreras externas se pueden encontrar los siguientes factores: falta de comprensión de los procesos de internacionalización, poco apoyo gubernamental y desconocimiento de los consumidores del país destino. Entre las barreras internas, se puede encontrar una falencia en la identificación, selección y contacto de los mercados internacionales, ineficiencias en la obtención y gestión de la información referente al mercado objetivo, poca disponibilidad de redes internacionales que ayuden a distribuir sus productos en mercados distantes, dificultad de participar en actividades que requieren mayor potencial de crecimiento y

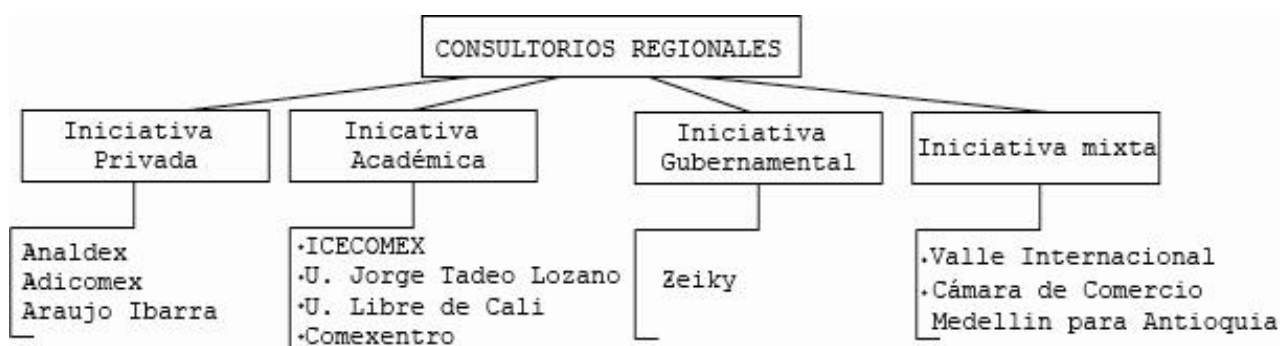
⁷ www.mypymes.gov.co

tecnología de punta o bien, la asimilación de tecnologías diversas, formación inadecuada del personal responsable de gestionar actividades internacionales, falta de tiempo y dedicación de dicho personal, poca capacidad productiva para atender mercados más amplios y limitados recursos financieros y aspectos relacionados con la gestión de marketing internacional (posible adaptación de productos, ajustes de precios, acceso a canales de distribución y promoción del producto) (Leonidou, 1995).

Los consultorios de comercio exterior tienen como objetivo asesorar a las empresas que desean incursionar en los mercados internacionales y brindar herramientas necesarias para enfrentarlos de una manera competitiva⁸ y que de esta forma logren superar las diferentes barreras que se les presentan.

Debido a la demanda de información por parte de las PYMES y de personas interesadas en información de comercio exterior, algunas instituciones gubernamentales y educativas han desarrollado iniciativas, consultorios, que los apoyen brindando información relevante acerca de los procesos de internacionalización. En Colombia se destacan iniciativas de carácter privado, académico, gubernamental o mixto a cuales se describirán a continuación.

Gráfica 1. Consultorios regionales



Fuente: Elaboración propia de los autores.

Iniciativas privadas

⁸ www.camaramedellin.com.co/

Los consultorios de iniciativa privada son entidades que brindan apoyo y herramientas a los empresarios colombianos con el ánimo de fomentar y fortalecer la actividad de comercio exterior del país. Este tipo de empresas se caracterizan de forma general en cobrar a los usuarios por los servicios prestados. Entre este tipo de consultorios encontramos los siguientes:

Analdex

(Asociación Nacional de Comercio Exterior) “Es una entidad privada, creada con el propósito de fomentar y fortalecer la actividad exportadora de Colombia, promover la imagen del país en el exterior, y apoyar el diseño y ejecución de las políticas de exportación nacionales. Así mismo, actúa como asesor de organismos nacionales e internacionales con el objetivo común de fortalecer las exportaciones e identificar medidas y servicios que faciliten el proceso de exportación de los productos colombianos...

...Los propósitos de Analdex son:

- Fomentar y fortalecer la actividad de comercio exterior del país
- Apoyar el diseño y ejecución de políticas públicas
- Orientar técnicamente a los actores del comercio exterior
- Asesorar a organismos nacionales e internacionales para facilitar el proceso de exportación de los productos colombianos y la internacionalización de las empresas en general.
- Hacer presencia a nivel nacional a través de nuestras oficinas regionales en Antioquia, el Caribe y el Sur Occidente Colombiano.
- Brindar una mayor cobertura a través de nuestras oficinas regionales en Antioquia, el Caribe y el Valle del Cauca.”

Adicomex

(Asociación de Comercio Exterior) “Adicomex brinda servicios de asesoría en comercio exterior, especialmente en apoyo logístico y distribución física internacional. Da información general de comercio exterior a sus afiliados”

Los objetivos generales de Adicomex son:

- Brindar servicios de asesoría en comercio exterior, especialmente en apoyo logístico y distribución física internacional.
- Dar información general de comercio exterior a sus afiliados, con calidad y de manera oportuna, dentro de un marco de integridad y equidad.

Araujo Ibarra

(Consultorio de negocios internacionales) “Araujo Ibarra y Asociados S.A *apoya* a empresarios y gobiernos en el entendimiento de su entorno internacional. Brinda asesoría económica y jurídica en comercio internacional, derecho corporativo e inversión nacional y extranjera, estructuración de proyectos de inversión y gerencia ambiental de proyectos bajo estándares internacionales”

Las áreas de interés de Araujo Ibarra en forma general son:

- Comercio internacional y defensa comercial
- Derecho corporativo y proyectos de infraestructura
- Jurídica y aduanera
- Gerencia ambiental de proyectos de inversión
- Plan vallejo

Iniciativas académicas

Los consultorios de comercio exterior creados a partir de iniciativas académicas buscan facilitar a la comunidad empresarial el acceso gratuito a información de calidad que permita incentivar la cultura exportadora del país. Como ejemplo se puede encontrar los siguientes:

Icecomex

(Consultorio de comercio Exterior – Universidad Icesi). “Es el resultado de un proyecto de grado realizado por estudiantes de la Universidad Icesi en el año 2003. Ofrece a las PYMES colombianas acceso a información precisa y de calidad, sobre temas de procesos de internacionalización a través de consultorías, visitas empresariales, foros informativos y publicaciones. Estos servicios son de carácter gratuito y con ellos se busca fomentar la gestión exportadora del empresario regional y nacional, con el fin de lograr mayor competitividad en el entorno mundial.

Los servicios de ICECOMEX son:

- Consultas: Brinda información de alta calidad en temas de comercio exterior.
- Foros: Espacio en el que se expone temas de coyuntura y de actualidad del mundo y los negocios internacionales.
- Visitas Empresariales
- Seguimiento: visitas realizadas a PYMES y famiempresas que generan un acercamiento directo, confirmando que la asesoría fue suministrada efectivamente y ha tenido resultado.
- Publicaciones: Icecomex escribe columnas informativas y académicas sobre temas de actualidad de negocios y comercio exterior publicadas en medios impresos y digitales.

- Herramientas: Bases de datos digitales (Euromotor international, Legiscomex, Bacex, DIAN, Comtrade, Ices-SICE, arancelnet), bases de datos de empresas, biblioteca, hemeroteca y bases de datos de la Universidad Icesi.

Premios

- Cooperación exportadora 2012 – Analdex
- Apoyo exportador modalidad educacion 2010 - Adicomex

Universidad Jorge Tadeo Lozano

(Consultorio de Comercio Internacional) “Nace con la intención de apoyar a las empresa en su proceso de internacionalización vinculando a la comunidad académica del programa de Comercio; Estudiantes, Profesores, Directivos buscando ese enlace entre el sector privado y el académico que permita tener un canal de comunicación estrecho con los empresarios.

El consultorio de comercio internacional permite a través de la información obtenida por el observatorio de comercio internacional, apoyar las empresas y el sector público con la implementación de consultorías y asesorías en comercio exterior. De igual forma, cuenta con el apoyo de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y con un grupo de expertos en diferentes temáticas del comercio que con el apoyo de estudiantes permite dinamizar su proceso de internacionalización”.

Universidad Libre – Seccional Cali

(Consultorio de Comercio Exterior) “Se crea con el objetivo de apoyar a las empresas exportadoras regionales y particularmente a las Mipymes, a través de la asesoría directa e integral de los temas de Comercio Exterior, a fin de promover y ayudar en su gestión

exportadora. Así mismo, el Consultorio de Comercio Exterior tiene como tarea, el de servir como puente entre los empresarios y todas aquellas entidades que apoyan y ejercen en el país las actividades de comercio exterior.

La misión del Consultorio de Comercio Exterior es asesorar a la MIPYME vallecaucana con vocación exportadora y con potencial para hacerlo, en temas relacionados con el comercio exterior, con el propósito de contribuir al fortalecimiento de la competitividad empresarial y a la promoción de una cultura exportadora regional”.

Comexentro

(Centro especializado de Apoyo a Negocios Internacionales) “Nace de La Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás – Bucaramanga. Éste centro especializado en negocios internacionales genera opinión en temas internacionales y se destaca como gestores de proyectos, consultores, centro de apoyo a entidades públicas y gremiales. Así mismo se identifica como un aliado estratégico de los empresarios, haciendo de los proyectos de exportación, procesos rentables y sostenibles, contribuyendo al desarrollo sostenible y la competitividad de la región.

El portafolio de servicios de Comexentro es:

- **CONSULTORÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA:** Ruta de internacionalización, mercadeo internacional, estrategia comercial internacional, logística internacional, legislación cambiaria, legislación aduanera, trámites de comercio exterior y negociación internacional.
- **TERCERIZACIÓN:** Servicios operados por Comexentro y alianzas estratégicas.
- **GESTIÓN DE RECURSOS INSTITUCIONALES:** Canalizar recursos de entidades de apoyo nacionales e internacionales.
- **CENTRO DE INVESTIGACIONES:** Desarrollo de documentos de investigación en temas de impacto en negocios internacionales.

Iniciativas gubernamentales

Los consultorios de comercio exterior desarrollados gracias a iniciativas gubernamentales son generalmente convenios de cooperación interinstitucional que buscan apoyar a las empresas exportadoras en Colombia. Generalmente sus servicios son ofrecidos de forma gratuita, sin embargo, los requerimientos más especializados suelen ser cobrados. Un ejemplo de éste tipo de consultorio se describe a continuación:

Zeiky

(Centro Empresarial de Negocios y comercio exterior) “Fue creado mediante un convenio de cooperación interinstitucional entre Proexport, Colombia, El ministerio de Industria, Comercio y Turismo y el Banco de Comercio Exterior de Colombia, Bancoldex, con la finalidad de apoyar la generación de cultura exportador y promover la oferta exportable del país. Existen a su vez Zeikys regionales que fueron creados a través de alianzas estratégicas realizadas entre Proexport y entidades regionales. Las negociaciones con las regiones se han generado por el interés presentado por algunas instituciones locales, conscientes de la necesidad de general cultura exportadora en la zona.”

Las funciones principales de Zeiky son:

Acompañar permanentemente a los usuarios y brindar una atención integral, encaminada a facilitar los diferentes pasos y procesos del comercio exterior.

El Zeiky tiene un programa de formación exportadora donde se desarrollan los siguientes temas:

- Liderazgo empresarial y espíritu exportador

- Cómo exportar e importar en Colombia
- Herramientas claves para hacer investigación de mercados
- Introducción a la logística internacional
- Régimen cambiario en Colombia e instrumentos de promoción a las exportaciones
- Mercadeo internacional – un caso práctico
- Ventas consultivas para hacer negocios efectivos
- Medios de pago y apoyo financiero a las exportaciones

Iniciativas mixtas

Los consultorios de comercio exterior establecidos por iniciativas mixtas obedecen a la unión de diferentes entidades ya sean públicas, privadas o académicas. En este grupo se encuentra el consultorio descrito a continuación:

Valle Internacional

(Alianza Valle Internacional) "Es la unión de diferentes entidades del Valle del Cauca interesadas en el aprovechamiento por parte de los empresarios de los diferentes Acuerdos Internacionales que Colombia ha firmado, suscrito y está negociando actualmente. Se crea con el objetivo de aunar esfuerzos e implementar una alianza conjunta, para que el tejido empresarial vallecaucano conozca, se prepare y aproveche las oportunidades de los tratados de libre comercio suscritos y aquellos que se encuentren en negociación por el Gobierno Nacional. Hacen parte de esta iniciativa la Cámara de Comercio de Cali, la ANDI seccional Valle, la Cámara de Comercio Colombo Americana Seccional Suroccidente, Proexport Colombia, Adicomex, Acopi, Analdex, Bancoldex, la Universidad Autónoma de Occidente, La Universidad Santiago de Cali y la Universidad Libre, Asocámaras, Invest Pacific, Universidad Icesi y Universidad Javeriana".

El propósito de Valle Internacional es que el empresariado vallecaucano conozca, se prepare y aproveche las oportunidades de los Tratados de libre Comercio suscritos y en negociación.

Cámara de Comercio de Medellín – Alianza U. Eafit e Institución U. Esumer

(Consultorio en Comercio Exterior) “Es un proyecto liderado por la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia en alianza con la Universidad Eafit y la Institución Universitaria Esumer; tiene como objetivo apoyar y asesorar a los empresarios antioqueños que desean incursionar en los mercados internacionales.

El Consultorio tiene como pilar fundamental brindar a las empresas las herramientas necesarias para enfrentar los mercados internacionales de una manera competitiva a través de asesorías personalizadas y jornadas de capacitación.

El portafolio de servicios de éste consultorio son:

- Consultorio
- Consultorio móvil
- Jornadas de capacitación (talleres prácticos, conversatorios, foros ó conferencias)”.

CAPÍTULO 2. PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CONSULTORIO ICECOMEX

ICECOMEX es el resultado de un proyecto de grado realizado por estudiantes en la Universidad Icesi. Tiene 10 años de haberse constituido y de prestar servicio a la comunidad nacional. Actualmente cuenta con una base de datos de aproximadamente de 4450, entre personas jurídicas y naturales que han sus servicios y mensualmente reciben un promedio de 40 solicitudes acerca de consultoría sobre temas relacionados con comercio exterior.

Para efectos de esta investigación, se inició con la búsqueda de fuentes de información primarias y secundarias que permitieran cumplir los objetivos planteados. La primera, se obtuvo en abril de 2013 por parte de su coordinadora. Ésta información permitió obtener una visión general del consultorio y su estructura organizacional. La segunda, se adquirió a partir del desarrollo de un trabajo de campo que tuvo como objetivo el conocer, en primer lugar, el grado de conocimiento del consultorio por parte de los estudiantes de carreras administrativas de diferentes universidades de la ciudad y en segundo lugar, identificar el grado de satisfacción de los empresarios que han accedido a los servicios del consultorio. Los resultados de esta investigación se obtuvieron mediante la realización de 208 encuestas a estudiantes y 30 encuestas a empresarios.

Obtención de información de fuentes secundarias - Trabajo de campo

Estudiantes universitarios

Inicialmente se determinó que la población son *estudiantes entre sexto y noveno semestre pertenecientes a las Facultades de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidades Icesi, Javeriana, Autónoma y Valle*. Esta población es de tipo finita con un total de 2448 estudiantes. A partir de esto, la muestra⁹ se estableció de acuerdo al

⁹ Una muestra es un conjunto de casos o individuos procedente de una población estadística que cumple las características de ser representativa, inferior a la población y ser realmente estudiados. Fuente: enciclopedia_universal.esacademic.com/

número de estudiantes de cada universidad y el total de encuestas que se pretendían realizar. Se planeó realizar 208 encuestas con un margen de error de 6,5% y un nivel de confianza de 95%.

Para realizar el número de encuestas planeadas se hizo contacto con 611 personas pertenecientes a la población de interés, a las cuales se les preguntó si conocían o no el consultorio. De acuerdo a las respuestas positivas obtenidas se realizaron las 208 encuestas que se habían establecido.

Tabla 3. Número de encuestas a realizar

Universidad	No. de estudiantes	Porcentaje	Encuestas por universidad
U. Icesi	719	29%	61
U. Javeriana	541	22%	46
U- Autonoma de Occidente	588	24%	50
U. Del Valle	600	25%	51
	2448	100%	
	Total de encuestas		208

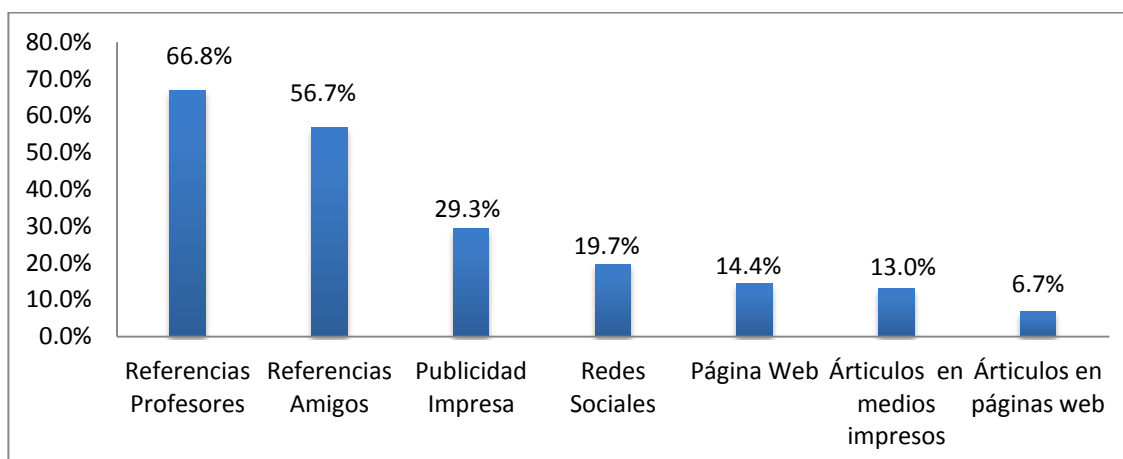
Fuente: Elaboración propia de los autores.

Las variables que se analizaron en la investigación a estudiantes fueron:

- 1) Medio por el cual los estudiantes se enteraron del consultorio.
- 2) Principales servicios utilizados.
- 3) Calificación de los servicios utilizados.

De igual forma, se evaluaron aspectos como: atención del personal, solución a las inquietudes de los usuarios y tiempo de respuesta, con el fin de conocer la percepción que tienen los estudiantes sobre el consultorio.

Gráfica 2. Medio por el cual se enteró del consultorio.

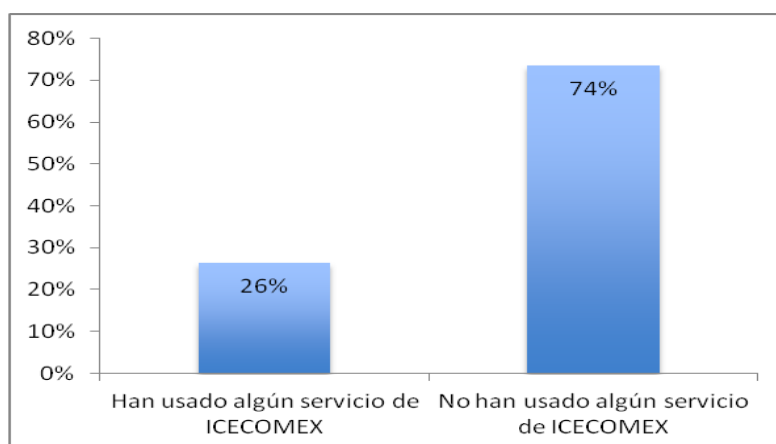


Fuente: Elaboración propia de los autores.

Base: 208 encuestas

De acuerdo con la gráfica 2, se logra identificar que el medio más común por el cual los estudiantes se enteraron del consultorio es referencias de profesores, estando éste presente en el 66,8% de las encuestas, mientras que medios como artículos impresos y artículos en páginas web tuvieron una participación menor en el total de encuestas, con un 13% y 6,7% respectivamente.

Gráfica 3. Número de estudiantes que han usado algún servicio del consultorio.



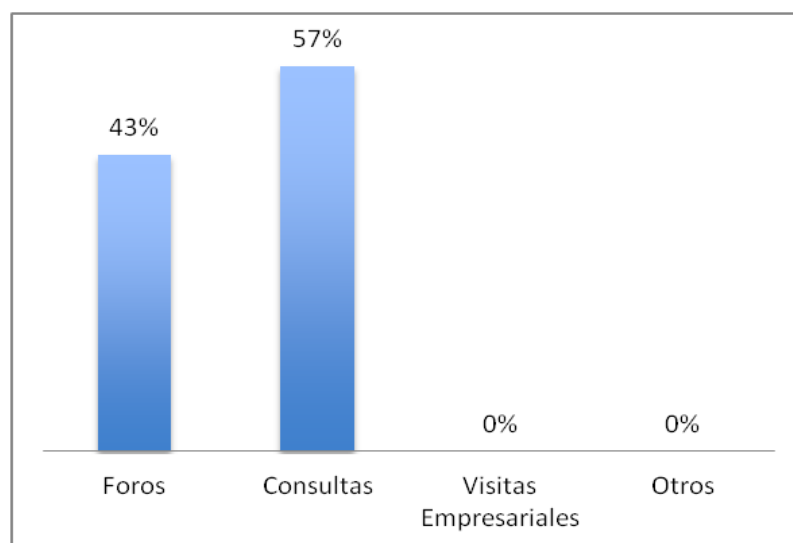
Fuente: Elaboración propia de los autores.

Base: 208 estudiantes

En la gráfica 3 se muestra que de 208 estudiantes encuestados, el 26% ha usado algún servicio del consultorio y el 74% afirma que no lo ha hecho.

De los estudiantes que han usado algún servicio del consultorio, se obtuvo la siguiente información:

Gráfica 4. *Porcentaje de servicios del consultorio usados por los estudiantes*



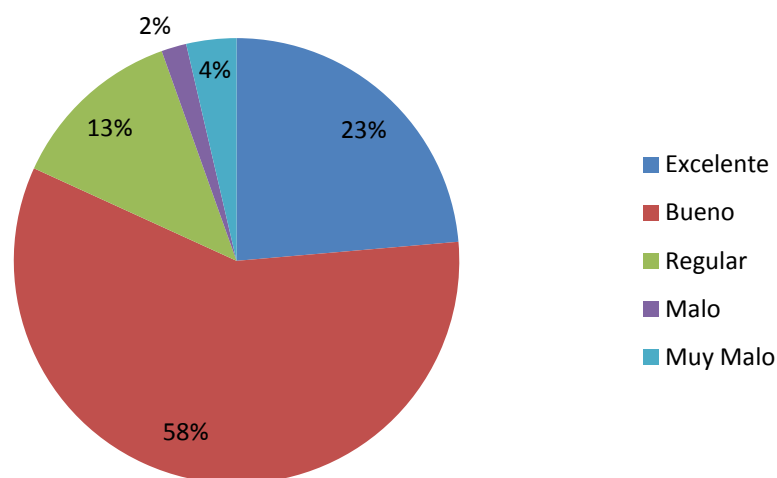
Elaboración propia de los autores.

Base: 54 estudiantes

En el gráfico 4 se observa que del 26% de estudiantes que han utilizado algún servicio del consultorio, el 43% lo ha hecho asistiendo a foros y el 57% ha realizado alguna consulta. Las visitas empresariales no cuentan con alguna participación.

La calificación general del consultorio por parte de los estudiantes que han usado algún servicio fue en promedio 3,96 / 5.

Gráfica 5. Calificación al consultorio de comercio exterior ICECOMEX



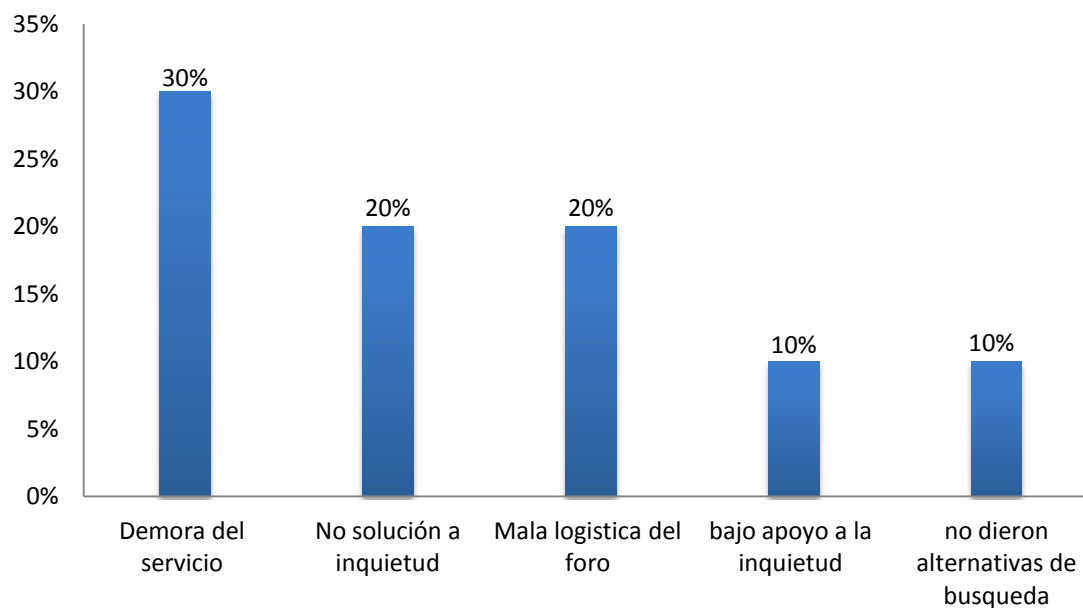
Fuente: Elaboración propia de los autores.

Base: 54 estudiantes

En la gráfica 5 se observa que del total de estudiantes que han usado algún servicio del consultorio, el 24% lo califica como “excelente”, el 58% lo considera “bueno”, mientras que tan solo el 4% lo califica como “muy malo”.

De acuerdo a la calificación general que los estudiantes le dieron al consultorio, se determinaron dos grupos según su respuesta: el primero, estudiantes que calificaron el consultorio como (“muy malo(1)”, “malo(2)” o “regular(3)”) y el segundo, estudiantes que lo calificaron como (“bueno(4)” o “excelente(5)”).

Gráfica 6. *Motivos de baja calificación al consultorio*

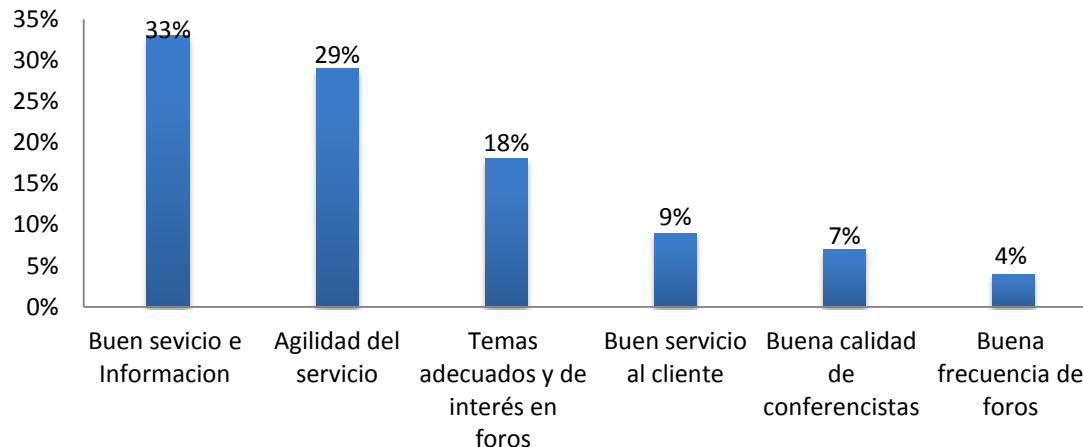


Fuente: Elaboración propia de los autores.

Base: 10 estudiantes

La grafica 6 muestra que de 10 estudiantes que calificaron el consultorio como regular, malo o muy malo, el 30% afirmó que la razón era demora en el servicio. Así mismo, el 20% afirmó que al asistir a un foro percibieron mala logística del mismo y un 10% afirma que no se le brindaron alternativas de búsqueda al momento de realizar una consulta.

Gráfica 7. Motivos de alta calificación al consultorio



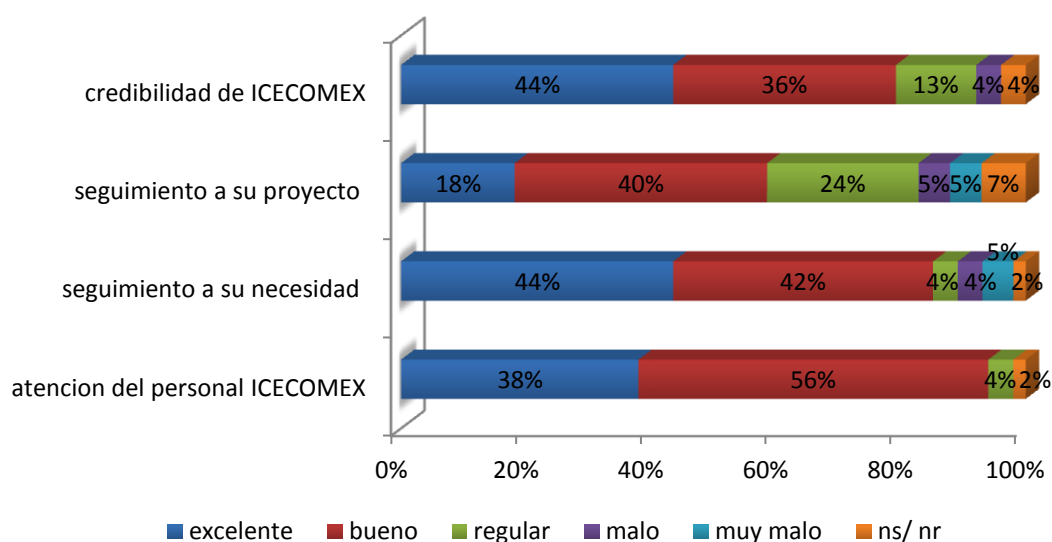
Fuente: Elaboración propia de los autores.

Base: 45 estudiantes

De acuerdo con la gráfica 7, se muestra que los 45 estudiantes pertenecientes al segundo grupo el cual calificó el consultorio como bueno o excelente, el 39% afirmó que la razón era el buen servicio y la calidad de información, el 29% cree que el servicio prestado es ágil y el 18% considera que los temas de los foros son adecuados y de interés.

De igual forma, se evaluó diferentes factores como la atención del personal de ICECOMEX, solución a las inquietudes de los usuarios, seguimiento a proyectos, amabilidad de los funcionarios y credibilidad del consultorio. Los resultados se muestran en la gráfica 8.

Gráfica 8. Calificación por parte de los estudiantes ante diferentes servicios de ICECOMEX



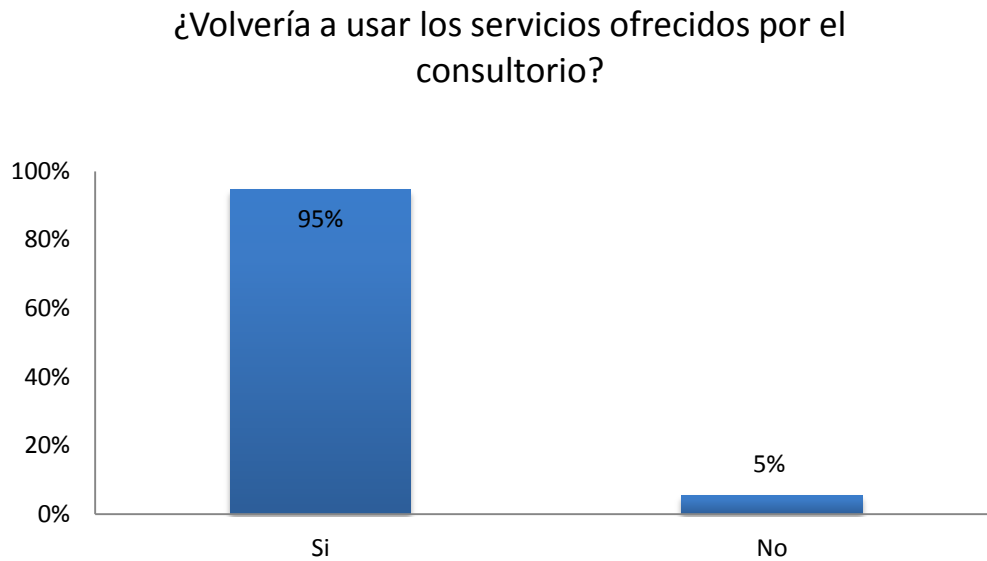
Fuente: Elaboración propia de los autores.

Base: 55 estudiantes

De acuerdo a la gráfica 8 se observa que el 44% de los estudiantes considera que la credibilidad del consultorio es excelente, un 49% le otorga la misma calificación a la amabilidad de los funcionarios, mientras que el factor con la menor calificación es el seguimiento a los proyectos, un 24% lo califica como “regular” y un 5% como “muy malo”.

Del porcentaje total de estudiantes que han usado el consultorio, el 95% afirman que volverían a usarlo, mientras que tan solo el 5% no lo harían (gráfica 9). De igual forma, un 95% afirma que recomienda el consultorio y un 5% no lo recomendaría (gráfica 10).

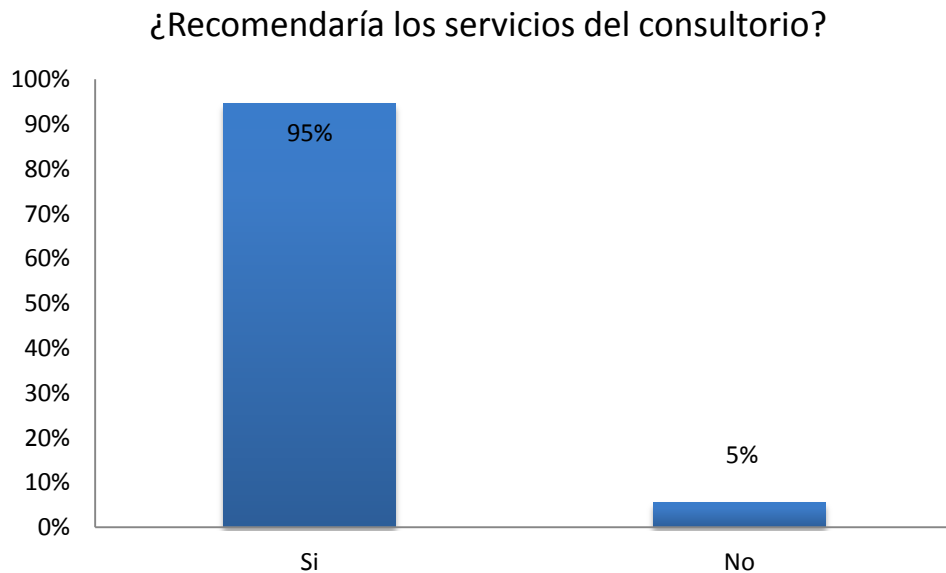
Gráfica 9. *Porcentaje de estudiantes que volverían a usar los servicios de ICECOMEX*



Fuente: Elaboración propia de los autores.

Base: 55 estudiantes

Gráfica 10. *Porcentaje de estudiantes que recomendarían ICECOMEX*



Fuente: Elaboración por parte de los autores del proyecto

Base: 55 estudiantes

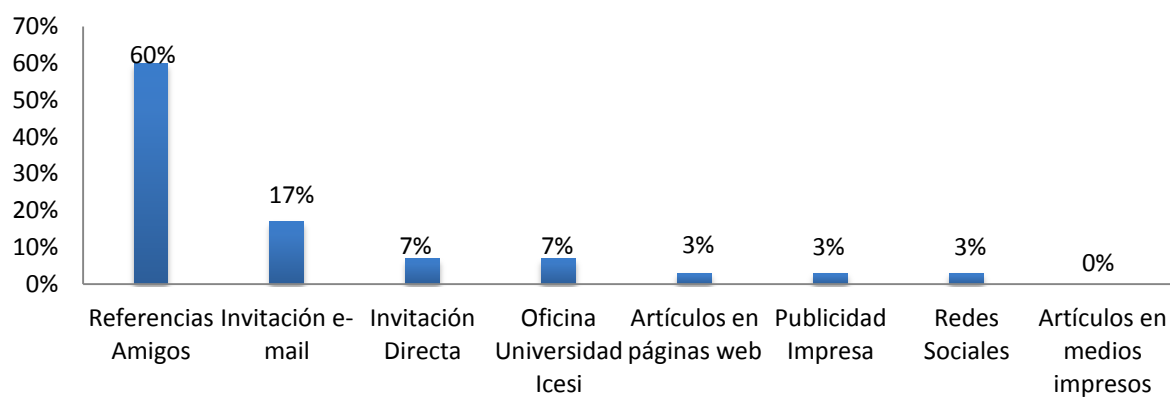
Del total de estudiantes encuestados, se considero la variable género como no controlada. La encuesta se realizo a un total de 96 hombres y 112 mujeres.

Empresarios

Se eligió un total de 30 empresarios que han utilizado algún servicio del consultorio. Se tuvo acceso a ellos en el evento realizado por ICECOMEX el 22 de octubre de 2013, motivo celebración de su décimo aniversario. De igual forma se realizaron varios contactos por teléfono gracias a la base de datos del consultorio. Se eligió una muestra = 30 (muestra mínima para lograr que la distribución muestral se comporte de manera normal $N(u, \sigma)$, con un intervalo de confianza de 95% para la media u). Esto por la dificultad en la recolección de datos.

Al igual que en el caso de los estudiantes, la necesidad inicial era identificar el medio por el cual el representante de la empresa se enteró del consultorio ICECOMEX.

Gráfica 11. Porcentaje de empresarios que conocieron del consultorio por los diferentes medios



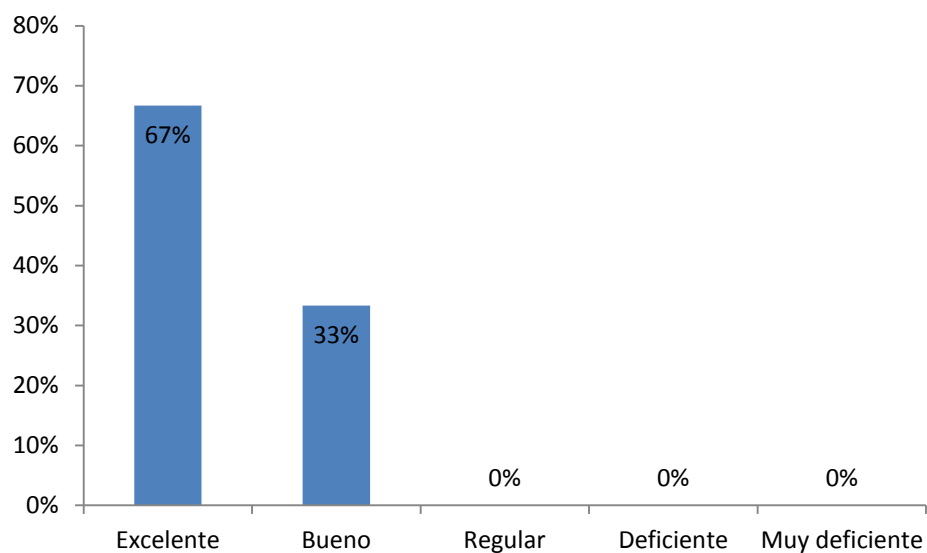
Fuente: Elaboración propia de los autores.

Base: 30 empresarios

De acuerdo con la gráfica 11, el 60% de los encuestados conocieron el consultorio gracias a las referencias de amigos, el 17% recibió una invitación por e-mail y el 7% una invitación directa. Los artículos en páginas web, la publicidad impresa y la información mediante redes sociales obtuvieron el menor porcentaje, cada uno con un 3%.

Así mismo, a este grupo de personas se les pidió que calificaran el consultorio de forma general, los resultados se muestran en la grafica 12.

Gráfica 12. Calificación general del consultorio



Fuente: Elaboración propia de los autores.

Base: 30 empresarios

El 67% de los encuestados calificaron el consultorio como “excelente” y el 33% restante le otorgo una calificación menor (“bueno”).

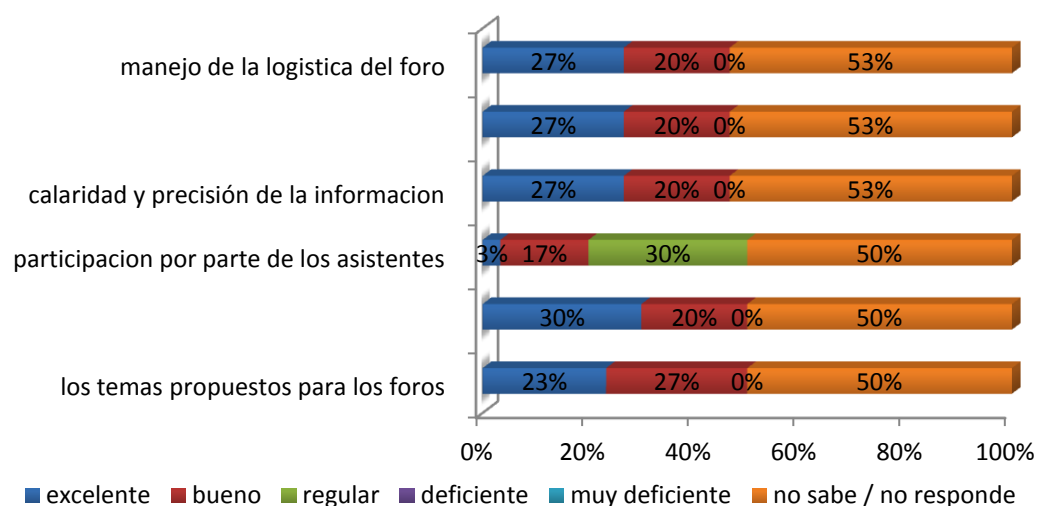
La calificación general del consultorio por parte de los empresarios fue en promedio de 4,7 / 5.

Para lograr conocer la calificación específica a los servicios prestados por el consultorio, estos se dividieron en las siguientes categorías:

- 1) Foros
- 2) Consultas
- 3) Publicaciones
- 4) Atención al usuario

Foros

Gráfica 13. Calificación de Icecomex con respecto a los servicios – Foros



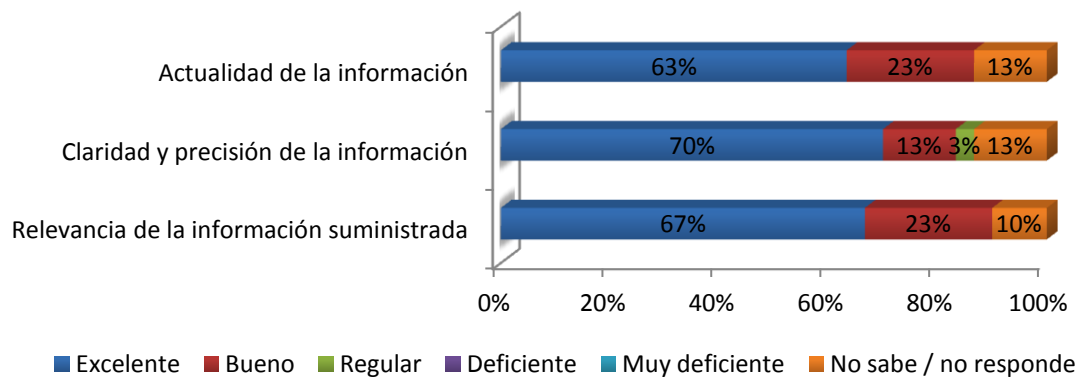
Fuente: Elaboración propia de los autores.

Base: 30 empresarios

En la gráfica 13 se observa que el 27% de los empresarios encuestados considera que tanto el manejo de la logística del foro, como la claridad y precisión de la información dada por los conferencistas son de excelente calidad, mientras que el factor con más baja calificación es la participación por parte de los asistentes al ser calificado como “regular” por el 30%.

Consultas

Gráfica 14. Calificación de ICECOMEX con respecto a los servicios – consultas



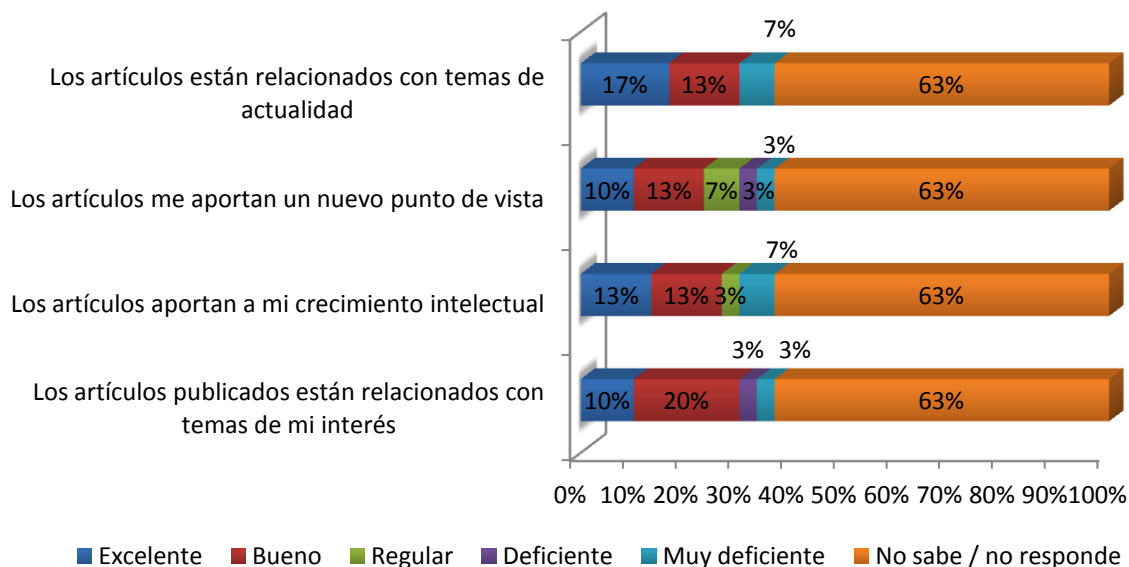
Fuente: Elaboración propia de los autores

Base: 30 empresarios

De acuerdo a la gráfica 14, el 63% de los encuestados están de acuerdo con que la actualidad de la información en las consultas merecen una calificación de “excelente”, un 70% otorga la misma calificación a la claridad y precisión de la información y el 67% lo hace con la relevancia de la información suministrada.

Publicaciones

Gráfica 15. Calificación de ICECOMEX con respecto a los servicios - Publicaciones



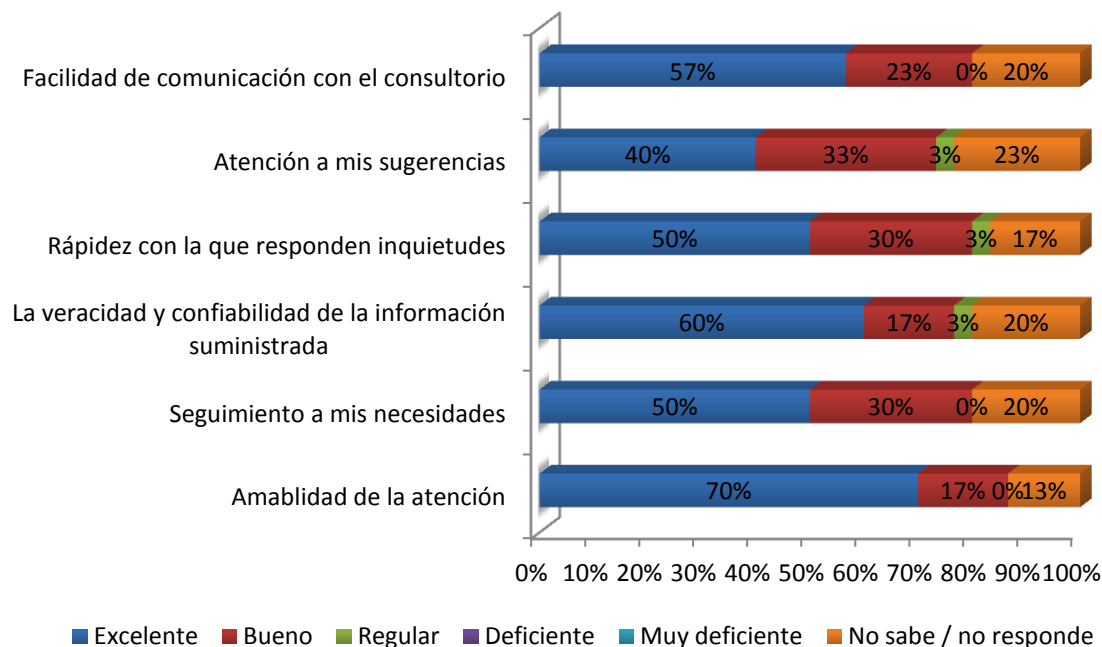
Fuente: Elaboración propia de los autores

Base: 30 empresarios

En el gráfico 15 se observa que el 17% de los encuestados considera que los artículos publicados por el consultorio están relacionados con temas de actualidad de manera "excelente", un 10% cree que los artículos aportan un nuevo punto de vista y están relacionados con temas de su interés otorgando a cada uno la misma calificación, mientras que el 63% no tiene información suficiente para calificar las publicaciones hechas por el consultorio.

Atención al usuario

Gráfica 16. Calificación de Icecomex con respecto a los servicios – Atención al usuario



Fuente: Elaboración propia de los autores

Base: 30 empresarios

En la gráfica 16 se observa que el 57% de las personas encuestadas califican como excelente la facilidad de comunicación con el consultorio, un 60% otorga la misma calificación a la veracidad y confiabilidad de la información, mientras que tan solo un 3% considera que la atención a sugerencias y la rapidez con la que se responden inquietudes es “regular”.

Bibliografía

- EOI, E. d. (2001). Factores limitativos de la internacionalización de las PYME. España.
- Leonidou, L. C. (1995). "Export barriers: non-exporters' perceptions". *International Marketing Review Vol. 12 Iss: 1, pp.4 - 25* .
- Martinez, Piedad Cristina. (2007) "Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes"
- Cambra - Fierro, Jesús. Vázquez - Carrasco. Rosario (2009). "Inés Rosales: El reto de internacionalizar la actividad de una Pyme es posible".
- Pyme.com Mision MisionPyme [En línea]. - 29 de Agosto de 2008. - 2011 de 07 de 10. - <http://www.misionpyme.com/cms/content/view/107/41/>.
- MAYA AGUDELO Gonzalo León Alternativas de Desarrollo Empresarial para la pequeña y mediana empresa en Colombia [Libro]. - [s.l.] : Universidad de California, 2005
- CEPAL ECLAC [En línea]. - Mayo de 2010. - 26 de Junio de 2011. - http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/39710/100604_2010-114-SES.33-3_La_hora_de_la_igualdad_doc_completo.pdf.
- PUYANA SILVA David Guillermo La PYME y su situación en Colombia [Informe]. - Bogotá : Universidad Sergio Arboleda, 2004.
- <http://www.iadb.org/es/banco-interamericano-de-desarrollo,2837.html>
- <http://acopi.org.co/>
- Tabares Arroyave, S. (2012). Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES. (Spanish). *Pensamiento & Gestión*, (33), 67-92.
- Alpízar, D., & Sanz, L. J. (2012). Internacionalización de PYMES. (Spanish). *INCAE Business Review*, 2(6), 2-8
- Fernández, A., & Bustamante, V. (2005). ESTRATEGIA E INTERNACIONALIZACIÓN EN LAS PYMES: CASO ANTIOQUIA. (Spanish). *Cuadernos De Administración* (01203592), 18(30), 137-164
- Asociación Nacional de Comercio Exterior - ANALDEX. www.analdex.org. Recuperado el 20 de noviembre de 2013, de <http://www.analdex.org/index.php/informacion-corporativa/informacion-institucional>

Asociación de Comercio Exterior - ADICOMEX. www.adicomex.com. Recuperado el 20 de noviembre de 2013, <http://www.adicomex.com/inicio#!quienes-somos>

Consultores de Negocios Internacionales - Araujo Ibarra. www.araujoibarra.com. Recuperado el 20 de noviembre de 2013, www.araujoibarra.com/index.php/servicios-empresa

Alianzaa Valle Internacional - www.valleinternacional.com. Recuperado el 20 de noviembre de 2013, <http://valleinternacional.com/quienes-somos/>

Consultorio de Comercio Exterior ICECOMEX - Universidad Icesi. www.icesi.edu.co/icecomex. Recuperado el 20 de noviembre de 2013, www.icesi.edu.co/icecomex/sobre_el_consultorio.php

Consultorio de Comercio Exterior - Universidad Jorge Tadeo Lozano. www.utadeo.edu.co. Recuperado el 26 de noviembre de 2013, <http://www.utadeo.edu.co/es/proyecto/comercio-internacional/61/consultorio-de-comercio-internacional>

Centro especializado de apoyo en negocios internacionales - Comexentro. www.mineduccion.gov.co. Recuperado el 26 de noviembre de 2013, www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/w3-article-250742.html

Cámara de Comercio de Medellín. www.camaramedellin.com.co. Recuperado el 26 de noviembre de 2013, www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Empresariales/Consultorio-en-Comercio-Exterior.aspx

CONCLUSIONES

Gracias a ésta investigación se logró determinar la situación actual de las PYMES en Colombia en cuanto a sus procesos de internacionalización así como los consultorios de comercio exterior más influyentes de la región y el papel que juegan frente a estos procesos.

Este proyecto permitió conocer la percepción que tienen los usuarios del consultorio de comercio exterior ICECOMEX frente a los servicios que éste ofrece.

Con esta investigación se logró conocer la satisfacción de la comunidad estudiantil y empresarial frente a los servicios brindados por el consultorio.

De acuerdo al trabajo de campo realizado se logró identificar que los medios más efectivos para dar a conocer el consultorio en el caso de la comunidad estudiantil es la referencia de profesores y para la comunidad empresarial la referencia de amigos.

La calificación otorgada por los estudiantes a ICECOMEX es en promedio de 3,9 basado en su experiencia al utilizar los servicios del consultorio. De igual forma, la calificación promedio de los empresarios es de 4,7.

RECOMENDACIONES

Con el objetivo de fortalecer el uso del consultorio de comercio exterior ICECOMEX por parte de la comunidad estudiantil, se recomienda que se creen estrategias por medio de los profesores de las diferentes Universidades objeto de investigación. Las herramientas principales son las asignaciones de materias en las cuales se incluyan proyectos con los que deban recurrir a la información del consultorio.

Para algunas carreras de pregrado de la Universidad Icesi, los estudiantes deben realizar proyectos en diferentes asignaciones para los cuales se incluye el trabajo con un cliente real. Para este caso, se propone que el cliente real sea una empresa que esté interesada en iniciar su proceso de internacionalización, y que sean los estudiantes quienes aporten de forma integral sus ideas para la empresa.

ANEXOS

Encuesta realizada a los estudiantes de las universidades Icesi, Javeriana y Autónoma pertenecientes a la facultad de ciencias administrativas y económicas en la ciudad de Cali.

Esta encuesta tiene como propósito identificar el grado de conocimiento que tiene usted como estudiante universitario acerca del consultorio de comercio exterior de la universidad Icesi ICECOMEX. Hace parte de una investigación para proyecto de grado.

Tiempo aproximado 5 minutos.

¡Muchas Gracias!

1. ¿Conoce el consultorio de comercio exterior Icecomex?

1 Si

2 No

2. ¿Cómo se enteró del consultorio? Marque con una X

Página web	1
Redes Sociales	2
Referencias Amigos	3
Referencias Profesores	4
Publicidad impresa	5
Artículos en medios impresos	6
Artículos páginas web	7

3. ¿Ha utilizado algún servicio ofrecido por el consultorio? Si su respuesta es positiva pase a la pregunta 4, de lo contrario pase a la pregunta 7.

1 Si.

2 No.

4. Indique cual/es han sido los servicios que ha utilizado:

Foros	1
Consultas	2
Visita Empresarial	3

Otro _____

5. Por favor califique el servicio de Icecomex de 1 a 5, donde 5 es excelente y 1 es muy malo.

EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO
5	4	3	2	1

5.1 Porque razón califico mal es servicio de Icecomex (calificación de 3 o menos)

5.2 ¿Por qué razón califico bien el servicio de Icecomex? (Calificación de 4 a 5)

5.1, CALIFIQUE CADA UNO DE LOS FACTORES A CONTINUACION DONDE 5 ES EXCELENTE Y 1 ES MUY MALO

	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	Ns/Nr
Atención del personal de Icecomex	6	5	4	3	2	1
Solución a su necesidad	6	5	4	3	2	1
Seguimiento a su proyecto	6	5	4	3	2	1
Amabilidad de los funcionarios	6	5	4	3	2	1
Credibilidad de Icecomex	6	5	4	3	2	1

5. ¿Volvería a usar los servicios ofrecidos por el consultorio?

1 si

2 no

6. ¿Recomendaría los servicios del consultorio?

1 si

2 no

Datos demográficos:

Género: Edad:_____

Hombre	1
Mujer	2

Universidad:

Carrera:_____

Encuesta realizada a los empresarios de la región:

Esta encuesta tiene como propósito conocer la satisfacción que tiene usted como usuario del consultorio de comercio exterior de la universidad Icesi ICECOMEX. La información suministrada por usted es de carácter únicamente académico. Por favor responda con sinceridad.

1. ¿Cómo se enteró del consultorio ICECOMEX? Marque con una "X".

- Páginas web
 Referencias Amigos
 Redes Sociales
 Publicidad Impresa
 Artículos en medios impresos
 Artículos en páginas web
 Otro,
 ¿Cuál? _____

2. Califique de forma general el consultorio ICECOMEX, teniendo en la cuenta sus servicios, organización, etc.

Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy deficiente	Ns / Nr

A continuación le pedimos califique los siguientes aspectos del consultorio ICECOMEX

a. En cuanto a los **servicios**

Foros	Exce nte	Bue no	Regul ar	Deficie nte	Muy deficiente	Ns / Nr
Los temas propuestos para los foros						
El conocimiento del conferencista acerca del tema						
Participación por parte de los asistentes						
Claridad y Precisión en la información dada por el conferencista						
Claridad y Precisión en las respuestas suministradas por el conferencista						
Manejo de la logística en el foro						

Consultas	Excelente	Buen o	Regular	Deficiente	Muy deficiente	Ns / Nr
Relevancia de la información suministrada						
Claridad y precisión de la información						
Actualidad de la información						

Califique de 1 a 5 las siguientes preguntas donde 5 es la más alta calificación y 1 la más baja

Publicaciones	1	2	3	4	5	Ns / Nr
Los artículos publicados están relacionados con temas de mi interés						
Los artículos aportan a mi crecimiento intelectual						
Los artículos me aportan un nuevo punto de vista						
Los artículos están relacionados con temas de actualidad						

b. En cuanto a la **atención al usuario**

	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy deficiente	Ns / Nr
Amabilidad de la atención						
Seguimiento a mis necesidades						
La veracidad y confiabilidad de la información suministrada						
Rápidez con la que responden inquietudes						
Atención a mis sugerencias						
Facilidad de comunicación con el consultorio						

Muchas gracias por su tiempo.