

**PLAN DE MEJORA PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS
DE LA CÁMARA COLOMBO ECUATORIANA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ**

ANDERSON DAVID GARCÍA MEJÍA

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2008**

**PLAN DE MEJORA PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS
DE LA CÁMARA COLOMBO ECUATORIANA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ**

ANDERSON DAVID GARCÍA MEJÍA

**Trabajo final de pasantía presentado para optar el título profesional en
Comercio Internacional y Mercadeo**

**Asesor Universidad:
Docente DUMER DELGADO**

**Asesor Empresa:
Dr. LAURA PATRICIA MARTÍNEZ**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO**

2008

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

San Juan de Pasto, Noviembre 12 del 2008.

“Las ideas y conclusiones aportadas en la tesis de grado, son responsabilidad exclusiva de su autor”

Artículo 1, acuerdo No. 324 de octubre de 1996, emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

DEDICATORIA

“Nuestro miedo más profundo no es no estar a la altura, nuestro miedo más profundo es que somos muy poderosos. Es nuestra luz, no nuestra oscuridad lo que nos asusta.

Y al preguntarnos: ¿Quién eres tú para ser brillante, bello, talentoso, extraordinario?

Por el contrario: ¿Quién eres tú para no serlo? El empequeñecerse no le sirve al mundo. No hay sabiduría en disminuirse para que otros se sientan inseguros cerca de uno. Todos nacimos para brillar como todos los niños, no está en algunos de nosotros; está todos. Y cuando dejamos que nuestra luz brille, inconsciente permitimos a otros que hagan lo mismo. Al ser liberados de nuestro propio miedo, nuestra presencia automáticamente libera a otros.”

Nelson Mandela

Este trabajo como fruto de mi esfuerzo lo dedico a mis padres y a mi hermana quienes me han brindando apoyo incondicional y con gran amor me han encaminado hacia el éxito.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios y a todas aquellas personas que estuvieron continuamente apoyándome para que este trabajo sea una realidad, al igual a la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio que me brindo la oportunidad de pertenecer a tan prestigiosa entidad en especial a la doctora Laura Patricia Martínez Directora Comercial y al Doctor Emilio Velasco Director Ejecutivo, hago extensivo mis agradecimientos al Doctor Dumer Delgado asesor de la pasantía, como también a los Doctores Héctor Muñoz y Humberto Palacios en su importante labor de Jurados.

CONTENIDO

	pág.
1. INTRODUCCIÓN	15
2. JUSTIFICACIÓN	16
3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	18
3.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
3.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	18
4. OBJETIVOS	20
4.1 OBJETIVO GENERAL	20
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PLAN DE TRABAJO	20
5. MARCO TEÓRICO	21
5.1 EL COMERCIO INTERNACIONAL EN LA CONTABILIDAD NACIONAL	21
5.2 TEORÍA Y POLÍTICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	22
5.2.1 Ventajas absolutas y ventajas comparativas	22
5.2.2 La teoría pura del comercio internacional	24
5.2.3 El modelo de Heckscher-Ohlin o de las dotaciones de factores	25
5.2.4 La tecnología y las condiciones de la demanda	25
5.2.5 Los términos del intercambio	27
5.3 CRITERIOS DE EVALUACIÓN EN TÉRMINOS DE EXCELENTE, BUENO Y REGULAR	27
6. METODOLOGÍA	28
6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	28
6.2 FUENTES DE INFORMACIÓN	28
6.3 MÉTODO	28
6.4 MUESTRA	29
7. MARCO CONCEPTUAL	30
8. EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA CÁMARA COLOMBO ECUATORIANA DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ	32
9. ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA CÁMARA COLOMBO ECUATORIANA DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ	50
10. PROPUESTA PLAN DE ACCIÓN EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA CÁMARA COLOMBO ECUATORIANA	52
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	63
NETGRAFÍA	64
ANEXOS	65

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Ventajas absolutas	22
Tabla 2. Ventajas relativas	23
Tabla 3. Servicios utilizados por su empresa	44
Tabla 4. Quejas de algunos servicios	46
Tabla 5. Pagina Web	47
Tabla 6. Medio conoció a la institución	48

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Calidad de los servicios	32
Figura 2. Servicio de bases de datos	33
Figura 3. Servicio de misiones comerciales	34
Figura 4. Servicio de asesoría en constitución de compañía	35
Figura 5. Servicio de análisis de riesgo financiero	36
Figura 6. Eventos empresariales	37
Figura 7. Publicaciones y pautas	38
Figura 8. Asesoría e información de soporte	39
Figura 9. Eficiencia en el manejo de solicitudes	40
Figura 10. Periodicidad de uso de los servicios	40
Figura 11. Eficacia de los servicios	41
Figura 12. Precio	42
Figura 13. Trabajo de la Cámara Colombo Ecuatoriana de frente a sus expectativas	42
Figura 14. Cortesía y amabilidad del personal	43
Figura 15. Información que proporciona el personal administrativo	44
Figura 16. Inconformidad con alguno de los servicios	45
Figura 17. Forma de contactarse	46
Figura 18. Utilidad del boletín	47

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Empresas encuestadas.	29
Cuadro 2. Propuesta de plan de acción	52
Cuadro 3. Concertación de actividades del plan de acción	55
Cuadro 4. Cronograma de la propuesta del plan de acción	57
Cuadro 5. Presupuesto	66

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Presupuesto	66
Anexo B. Encuesta	67

RESUMEN

El presente trabajo denominado “Plan de mejora para la prestación de los servicios de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá” constituye para el pasante una experiencia sumamente importante para la formación profesional ya que permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos y contribuir al desarrollo de las diferentes actividades que se realizan en la entidad. Se convino la práctica de oficina con el trabajo de campo.

El reconocimiento de que Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá es una institución bien organizada que a través de su portafolio de servicios a logrado mantener y vincular importantes empresas dándole el concepto de alta responsabilidad y confianza.

No se presenta una estandarización frente al conocimiento de los servicios, por su importancia se priorizan algunos con la necesidad de seguirlos manteniéndolos y a otros mejorándolos, dentro de los primeros están los eventos empresariales que son los de mejor calificación, otro servicio destacado es el de las publicaciones que se hacen básicamente con los boletines informativos.

Así tengan unos, mayor aceptación demostrando su utilidad en la agilidad de lograr el conocimiento y la práctica del intercambio comercial en todos hay aceptación y los empresarios manifiestan que su conformidad frente a los servicios. Los servicios con más baja aceptación conducen a la necesidad de explicarlos con mayor precisión y demostrar la importancia de hacer uso de los mismos como son la asesoría jurídica asesoría en constitución de compañías, y las misiones comerciales, para esto hay que mantener la suficiente motivación e información y así sean aprovechados por las empresas afiliadas y otros clientes potenciales.

Los eventos demuestran ser de gran interés ya que mientras duró la pasantía con la entidad se organizaron seminarios, conversatorios, foros, la participación superó las expectativas con una buena cantidad de representantes empresariales lo que implica que hay que mantener e intensificar este tipo de eventos.

ABSTRACT

This paper entitled "Improvement plan for the provision of services of the Colombo Ecuatoriana chamber of commerce and industry of the city of Bogota" for the intern is a very important experience for vocational training and practices that led to the foreground and contribute to the development of various activities in the entity. it was agreed the practice of office with the field work.

The recognition that Colombo Ecuadorian Chamber of Industry and Trade of the city of Bogota is a well-organized through its portfolio of managed services to maintain and link important business by giving the concept of high responsibility and trust.

There is a standardization compared to the knowledge of the services, their size is certain to prioritize the need to maintain and other improvements within the first are the business events that are the best rating, it is another outstanding service of publications that are made primarily with the newsletters.

I have some, the greater acceptance by demonstrating their usefulness in achieving the agility of knowledge and practices of trade in all there is acceptance and entrepreneurs say that their front line to services. services with lower acceptance lead to the need to explain more precisely and to demonstrate the importance of making use of them as are the legal advice on formation of companies, and trade missions, for this we must maintain sufficient motivation and information and advice are used by affiliated companies and other potential customers.

The events prove to be of great interest because while it lasted internship with the entity is organized seminars, talks, forums, participation surpassed expectations with a good amount of business representatives which means that we must maintain and intensify this type of event.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se realizó para dar cumplimiento a un importante requisito que es el de cursar la pasantía y poder adquirir el título de profesional en Comercio Internacional y Mercadeo, la entidad que brindó esta oportunidad fue la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá que es una entidad privada sin ánimo de lucro integrada por empresas actualmente vinculadas o potencialmente interesadas en las relaciones comerciales y económicas entre los dos países, la cual apoya el desarrollo y fortalecimiento del comercio binacional generando la integración entre los dos países mediante la prestación de relevantes servicios con gestiones de continua eficiencia ante las autoridades de comercio nacionales e internacionales dentro de la comunidad andina.

La Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio ofrece un amplio portafolio de servicios dirigidos al beneficio de las empresas de los dos países, y además procura brindar una adecuada asesoría de carácter integral al empresario al momento de establecer negocios entre uno u otro país.

Cada servicio que se relaciona en el presente trabajo es un medio que les sirve a los empresarios para acceder de una manera más efectiva y ágil al mercado de cada país, además la experiencia de la entidad demuestra organización y goza de un gran reconocimiento entre las empresas que están vinculadas a ella.

Como pasante tanto con el trabajo directo en la empresa aportándole los conocimientos adquiridos en la universidad y con la presentación del presente trabajo se pretende fortalecer los servicios que viene prestando, en lo posible difundirlos para que otras empresas puedan vincularse a la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio.

Las encuestas aplicadas a los funcionarios ejecutivos de las empresas afiliadas han permitido tener una aproximación a la realidad de cómo perciben la prestación de los servicios que se ofrecen actualmente en la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio, por lo cual y de una manera modesta se sugiere la aplicación de algunas estrategias que permitan mejorarlos en varios aspectos para lograr una mayor eficiencia y eficacia, aportando al desarrollo de las relaciones comerciales entre Colombia y Ecuador.

2. JUSTIFICACIÓN

La Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá presta importante asesoría al campo de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios entre Colombia y Ecuador facilitando las relaciones comerciales entre estos países.

Como pasante, partiendo de que un aspecto destacable es la prestación de servicios para las empresas afiliadas se ha considerado que el fundamento básico para la entidad es el de mantener vigencia de esos servicios para lo cual se hace necesario que se establezcan unas estrategias que promuevan y acrecienten la aceptación de los servicios prestados.

De manera general el objetivo del presente trabajo se orienta a establecer un diagnóstico del conocimiento y aceptación de los servicios orientado al mejoramiento de los mismos para que exista una alta confiabilidad, inclusive priorizar en los servicios que las mismas empresas consideran de más importancia para la realización de sus actividades con mayor garantía y agilidad en el proceso de comercio internacional.

De igual manera la pasantía permite aplicar los conocimientos teóricos asimilados en el proceso de la academia, demostrándolo en el trabajo de la oficina, por otro lado la parte investigativa por medio del análisis de los resultados de la encuesta que en conjunto permitirá mejorar las negociaciones comerciales que se desarrollan en beneficio de los empresarios.

Así mismo se refuerza el ofrecimiento y prestación de los servicios con la formulación de estrategias que conlleven al aprovechamiento de futuras oportunidades de negocios.

Dentro de la propuesta que se desarrolla sobre la necesidad de buscar estrategias de mejoramiento de los servicios que presta la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio cabe destacar el análisis de las respuestas que es el que permite dar las recomendaciones de afianzamiento para cada servicio con el fin de mantenerlos y mejorarlos día a día convirtiéndose en importantes herramientas para el comercio internacional dentro del plan de acción de las empresas vinculadas en este campo y afiliadas a la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio.

Como profesional en el área de Comercio Internacional y Mercadeo es menester reconocer que en la búsqueda de la excelencia se pueden presentar algunas dificultades que impidan el pleno y eficiente desarrollo de los servicios. En este trabajo se pone a consideración la teoría buscando aproximar a la entidad a un excelente desempeño y colaboración.

3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Visitando la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá y una vez vinculado como pasante en un dialogo con los funcionarios se pudo concluir que en los últimos años no se ha realizado investigaciones a los servicios que presta la entidad para determinar con seguridad en que nivel se encuentran sus alcances y la calidad de los logros que se vienen obteniendo en el transcurso de las labores de la entidad.

Se priorizó que dentro de las actividades que realiza la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio el realizar una investigación enfocada a determinar algunos aspectos que contribuyan al mejoramiento de los servicios desde las perspectivas de los afiliados ya que son ellos los que pueden calificar de una manera objetiva la forma como se perciben los servicios que se prestan y al tiempo conocer algunas recomendaciones y observaciones frente a como captar otras empresas y continuar prestando los servicios optimizando cada vez más las relaciones comerciales y proyectarlas a un futuro promisorio por intermedio de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá.

3.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué plan de mejora existe para una evaluación permanente de los servicios que presta actualmente la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá?

3.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la percepción por parte de los afiliados de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá con respecto a los servicios prestados por la misma?

¿Cuál es la opinión de los representantes de las empresas afiliadas de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá para profundizar estratégicamente en aquellos servicios que sean de más utilidad para los mismos?

¿Qué propuesta de un plan de acción satisface los requerimientos de los afiliados en la prestación de los servicios de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar los servicios que actualmente ofrece la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá con el propósito de generar estrategias que permitan mejorarlos, pretendiendo brindar una asesoría al empresario con calidad en el momento de establecer negocios en Colombia o en el Ecuador.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PLAN DE TRABAJO

- Evaluar la percepción que tienen los afiliados sobre los servicios que presta la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá para identificar las dificultades que puedan surgir.
- Analizar los servicios que ofrece la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá según las opiniones de los representantes de las empresas afiliadas y poder profundizar estratégicamente en aquellos servicios que sean de más utilidad para los empresarios.
- Proponer un plan de acción dirigido a satisfacer los requerimientos de los afiliados en la prestación de los servicios de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá.

5. MARCO TEÓRICO

Entre los países de Colombia y Ecuador se mantienen relaciones que interactúan entre sí en el proceso de asignar recursos y estrategias para lograr la satisfacción de las necesidades de sus residentes. Es por ello que la teoría económica se ha encargado de estudiar estas relaciones a través de la “economía internacional”.

Las teorías clásicas muestran de una manera clara este importante hecho, referida a la teoría y política del comercio internacional cuyo énfasis se circunscribe al sector real de la economía y el intercambio de bienes y servicios entre las dos naciones.

Cuando existen economías en donde existe un mayor grado de especialización se puede observar que los individuos solo consumen una parte pequeña de su producción personal, destinando su excedente al intercambio de bienes y servicios con otros productores especializados.

El comercio internacional cuenta con una particular relación de intercambio, que posee rasgos que se generan en el comercio internacional. Por otra parte, tanto los empresarios como los consumidores y los estados pueden utilizar para comerciar monedas distintas, el cual se analiza la manera de cómo se realizarán los pagos y cuál es la unidad de pago internacional, en economía internacional también se encuentran como actores económicos a los distintos estados nacionales que se involucran en transacciones reales y financieras.

5.1 EL COMERCIO INTERNACIONAL EN LA CONTABILIDAD NACIONAL¹

El comercio binacional de bienes y servicios está compuesto por exportaciones e importaciones. Habitualmente se contabilizan los flujos reales existentes entre un país y el resto del mundo a través de la cuenta corriente de la balanza de pagos, a través de uno de sus componentes que es la cuenta comercial y que se define como (exportaciones – importaciones) y que es aquella que permite calcular los ingresos y egresos efectuados por el tráfico de bienes entre nuestro país y las otras naciones.

El comercio internacional se genera a partir de los excedentes de producción de los distintos países que al especializarse pueden producir mayor cantidad de aquellos bienes que le resultan menos costosos e intercambiar su exceso de

¹ Ideas Sobre Comercio Internacional, Lic. María Susana Hernández

producción o bien por los bienes que otros países producen en forma más barata que los que produce el país que importa o por aquellos bienes que el país que importa no puede producir dada la carencia de recursos naturales (por ejemplo, países sin dotación de petróleo).

La existencia de comercio internacional favorece la especialización y la división internacional del trabajo, logrando de este modo una utilización más eficiente de los recursos a nivel global.

5.2 TEORÍA Y POLÍTICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Existen distintas teorías dedicadas a explicar el fenómeno del comercio internacional cómo determinarlo y para donde va, el rumbo del intercambio de distintos bienes y servicios. A continuación se mostrará una teoría del desarrollo del comercio internacional:

5.2.1 Ventajas absolutas y ventajas comparativas. Adam Smith, luego de destacar la importancia del libre comercio internacional en el incremento de la riqueza de las naciones que comercian, ofrece como explicación del intercambio la existencia de “ventajas absolutas”. Las mismas se verifican cuando un país X puede producir un bien a un costo absolutamente menor (medido en unidades de trabajo) con respecto a una nación o conjunto de naciones.

Tabla 1. Ventajas absolutas

	País 1	País 2
Bien 1	6	9
Bien 2	4	2

Fuente: Ideas Sobre Comercio Internacional, Lic. María Susana Hernández

En el ejemplo anterior se puede observar que el país 1 tiene ventajas absolutas con respecto al país 2 de la producción del bien 1, necesitando para ello menor requerimiento de unidades de trabajo, mientras que el país 2 tiene ventajas absolutas con respecto al país 1 en la producción del bien 2. De este modo, al país 1 le conviene especializarse en la producción del bien 1 y al país 2 en la del 2, intercambiándose los excedentes.

La teoría de las “ventajas absolutas” denotaba algunas fallas en cuanto a la forma en que se organizaría el comercio ante la existencia de un país con ventajas absolutas con relación a la totalidad de los bienes producidos por él.

Posteriormente, David Ricardo, para demostrar que aún en el caso anterior, en donde un país es más eficiente que el otro en todas las líneas de producción, el comercio internacional es rentable, ofrece una explicación basada principalmente en las diferencias relativas en la productividad de la mano de obra entre países diferentes. Su contribución es, la prueba de que no son las diferencias absolutas en el costo o en la productividad sino las relativas las que constituyen la condición necesaria para el comercio.

Tabla 2. Ventajas relativas

	País 1	País 2
Bien 1	2	10
Bien 2	1	2

Fuente: Ideas Sobre Comercio Internacional, Lic. María Susana Hernández

En este ejemplo se observa que el país 1 posee ventajas absolutas con respecto al país 2 en el bien 1 y también en el bien 2. Sin embargo en términos de “ventajas comparativas” el país 1 es más eficiente en términos relativos en la producción del bien 1, ya que su ahorro en unidades de trabajo es de mayor proporción.

Con ventajas absolutas: 2 es menor que 10 y 1 es menor que 2.

Con ventajas comparativas: $2 / 10$ es menor que $1 / 2$.

Ricardo enuncia entonces la “Ley de la ventaja comparativa”: cuando cada país se especializa en la producción de aquel bien en el cual tiene una ventaja comparativa, el producto total mundial de cada bien necesariamente aumenta por el resultado de que todos los países mejoran los niveles de producción que se traducen en un mayor bienestar, al disponer de mayor cantidad de bienes para consumir a precios más ventajosos.

Su conclusión es que, el libre comercio es ventajoso, si y solo si, existe una diferencia en los requerimientos relativos de trabajo entre los distintos países.

Ricardo fundó su sistema relativo a la teoría del valor basada en el trabajo, pretendiendo que las mercancías serían intercambiadas en proporciones determinadas por las cantidades de mano de obra necesarias para producirlas. Esta teoría es reformada posteriormente a través de la idea de que el costo real de

producir depende del dolor o la molestia del trabajo consumido, llegando a utilizar una teoría del valor basada en el costo real, extensión de la teoría de la utilidad aplicada a la oferta de los factores de producción.

Gottfried Haberler elimina también la teoría del valor trabajo, sin descartar sus resultados a través de la introducción del concepto de “costo de oportunidad”: la cantidad de un bien que debe sacrificarse por cada unidad extra de otro bien, o lo que suele denominarse “tasa marginal de transformación”, indicado por sus precios relativos. Aplicado a la teoría del comercio internacional, las ventajas comparativas pueden formularse en términos de costo de oportunidad, lo cual refleja la producción que ha dejado de hacerse de otros bienes: así un país podría producir y exportar aquellos bienes en los cuales su costo de oportunidad es el más bajo e importar aquellos cuyo costo de oportunidad es más alto.

5.2.2 La teoría pura del comercio internacional. En el período siguiente a los escritos de Ricardo, la teoría de las ventajas comparativas experimentó variaciones y generalizaciones de acuerdo con el desarrollo de la teoría económica como un todo. Se dio alternativamente mayor énfasis a la tecnología, las dotaciones relativas de factores y diferencias en las condiciones de la demanda. Por último tuvo lugar una fusión de todos estos factores en un modelo de equilibrio general del comercio internacional del que estuvo a cargo Alfred Marshall.

La teoría pura del comercio internacional utiliza como pilar la ley de la ventaja comparativa y se basa en la premisa de que los países del mundo pueden beneficiarse de la especialización internacional y del libre comercio.

Trata de los factores reales en contraposición con los monetarios como principales determinantes del comercio internacional observado a largo plazo y de la especialización y división internacional del trabajo como mecanismos destinados a lograr una mayor disponibilidad y calidad de recursos utilizando mejores técnicas de producción y satisfaciendo la diversidad de gustos, de forma tal que impliquen un aumento del bienestar global.

Una explicación satisfactoria del comercio internacional exigiría la utilización de un enfoque basado en el equilibrio general, pues ninguno de los tres más importantes juegos de factores (la tecnología, las dotaciones de factores y las condiciones de la demanda) tomados por separado puede explicar completamente el intercambio internacional. Sin embargo, para estudiar el tema, los economistas han utilizado por separado cada uno de los parámetros explicativos, tratando individualmente cada uno, suponiendo que el impacto de los demás es nulo o neutral.

5.2.3 El modelo de Heckscher-Ohlin o de las dotaciones de factores. La teoría de las proporciones de factores relaciona la dirección y la estructura del comercio internacional con la abundancia relativa de diferentes recursos productivos en diferentes países. De ella desprenden que, los países relativamente bien dotados de un recursos en particular tenderán a exportar sobre todo mercancías que, en sus procesos productivos utilizan una gran proporción del recurso abundante (por ejemplo, en Argentina, la existencia de tierra con productividad alta hará que se produzca y se exporte gran cantidad de productos agropecuarios).

El modelo puede ser resumido en los siguientes ítems:

- a. La causa del comercio internacional se encuentra en las diferencias entre las dotaciones de factores de los distintos países. Un país tiene una ventaja comparativa en la producción de aquel bien que usa más intensamente el factor más abundante en ese país.
- b. El efecto del comercio internacional consiste en nivelar los precios de los factores entre los países y así servir como sustituto a la movilidad de factores.

Esta teoría se basa en dos supuestos fundamentales: el primero consiste en considerar que las funciones de producción entre países son idénticas, es decir que para elaborar una misma mercancía utilizan la misma tecnología y la misma combinación de factores de producción (por ejemplo considerar que la mano de obra posee la misma calificación en los distintos países).

5.2.4 La tecnología y las condiciones de la demanda. Con el modelo anterior, debido a los supuestos utilizados, se llegaría a la conclusión de que, si dos naciones tuviesen la misma dotación de factores, no existiría el comercio entre ellos por no derivarse del mismo ninguna situación ventajosa que implique un aumento del bienestar del conjunto.

Pero, esto no es así, ya que si los países están dotados de factores en proporciones comparables, el comercio puede ser resultado (como en el simple caso ricardiano) de tecnologías divergentes entre distintos países. De este modo, los países relativamente más eficientes en un tipo de producción que otros tenderán a exportar tales productos y a importar mercancías en las que el mundo exterior es más eficiente relativamente.

La teoría keynesiana considera situaciones de desequilibrio como posibles en la economía, y la interdependencia de las funciones de producción y de consumo, generado a través del proceso de multiplicación real de la economía.

La teoría regulacionista y el enfoque de la dependencia parten de una base teórica marxista. Explican al capitalismo como compuesto por grandes fases caracterizadas por una articulación de mecanismos de ajuste, encadenamientos propios de cada fase en los terrenos de la producción, formación de precios, empleo, creación monetaria, inserción de la economía en el mercado mundial y el papel del estado. La tendencia hacia la concentración y centralización del capital a través de las grandes empresas y grupos financieros internacionales provoca un fraccionamiento de los capitales y por lo tanto un desarrollo desigual entre los distintos países. Es el mismo modo de producción capitalista el que determina la existencia de distintos grados de capacidad de dominación, de influencia, de arrastre y de absorción de las economías.

Criticando la teoría del equilibrio general planteada por los neoclásicos argumentando que utilizan para desarrollarla restricciones muy estrictas y que desconocen la existencia de diferencias en las funciones de producción, las relaciones de dependencia entre la producción y el consumo, y el papel que generalmente corresponde a la moneda como un bien más entre los demás bienes.

Para los regulacionistas, en el mismo momento en que se constituye el capitalismo monopolista de estado hay una correspondencia entre los monopolios que actúan a escala nacional constituyéndose en uno de los instrumentos más importantes de control estatal, el control económico de las fronteras. A medida que los monopolios van creciendo, el mercado nacional les resulta pequeño e insuficiente, destacándose como formas de internacionalización de los mercados las siguientes:

- La creación de vastas zonas de librecambio.
- Organización de mercados libres por cuenta de las grandes empresas transnacionales.
- Liberación y liberalización de los intercambios (Acuerdos de la OMC, ronda de Doha, etc.)

El propósito de estas diferentes formas de internacionalización de los mercados consiste en reducir considerablemente los poderes que eran del Estado.

Por otro lado, consideran que existen distintos tipos de fenómenos a considerar respecto a la gestión de la moneda internacional:

- Los estados no disponen hoy en día de un poder real de administrar la moneda internacional (a lo que contribuyen diversos organismos creados como expresión del capitalismo monopolista de estado, por ejemplo el FMI).

- El endeudamiento en todos los niveles y en el mundo entero, en los planos de los hogares, las empresas y el Estado; y el hecho de que el mercado de divisas escapa al control de todos los Estados.

El desarrollo de las firmas transnacionales y la transnacionalización del capital son formas de manifestación de la ley de concentración que traen aparejadas la desestabilización de las condiciones de acumulación en el interior de los sistemas productivos nacionales y en los mecanismos de distribución del ingreso. El enfoque de la dependencia cuestiona el modelo neoclásico por la irrealidad de sus supuestos, y analiza el “intercambio desigual”, generado a consecuencia del capitalismo monopolista de Estado o “imperialismo”. En este, la dominación de unas naciones sobre otras se da a través de la explotación del proletariado de los países industrializados, de modo tal que las empresas transnacionales realizan sus inversiones en estos.

5.2.5 Los términos del intercambio. El enfoque estructuralista realiza sus críticas a la teoría pura del comercio internacional a partir de la observación de la realidad vivida especialmente en los países latinoamericanos. La evolución de las relaciones comerciales internacionales están determinadas por la división internacional del trabajo, por la cual los países industrializados exportan manufacturas y los países en desarrollo materias primas y productos de escasa elaboración.

Sin embargo, a través del tiempo, éstas no siempre se dieron en términos iguales, ya que los países desarrollados han adquirido a través de su maduración la capacidad de retener los frutos de su progreso técnico, impidiendo que esto derive en una baja de sus precios, y se ha producido un estancamiento en la demanda de productos primarios, el que se traduce en una disminución de sus precios. Los países en desarrollo pierden así capacidad adquisitiva necesitando para financiar sus importaciones aumentar la cantidad de exportaciones que normalmente realizan, produciéndose un “deterioro de los términos del intercambio”. La medición de este efecto se realiza a partir de los “términos del intercambio”, que compara los precios medios de los productos exportados e importados.

5.3. CRITERIOS DE EVALUACIÓN EN TÉRMINOS DE EXCELENTE, BUENO Y REGULAR.

Se tiene como opciones de respuesta excelente, bueno, y regular, con el fin de que el empresario autoevalúe su grado de percepción de las distintas variables como la calidad, el conocimiento y la eficiencia siendo una garantía y seguridad en la prestación de servicios. Los conceptos valorados son los que se analizaron previamente y condujeron a plantear estrategias dentro del plan de acción.

6. METODOLOGÍA

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo la pasantía se analizó la percepción y dinámica de sus servicios dentro del contexto donde se desenvuelve la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio, por lo cual se trata de una investigación de tipo cualitativo. Sin embargo, no se puede desconocer el enfoque cuantitativo de la investigación, adicionalmente se realizaron interpretaciones estadísticas resultantes de una encuesta que permita la recolección de información, para un posterior proceso de análisis.

6.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

- Fuentes primarias: aplicación de encuestas dirigidas a los afiliados de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio. Para dicho estudio se realizó un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas, estableciendo interrogantes acordes a la investigación.
- Fuentes secundarias: empleo de material bibliográfico, textos, guías, periódicos, revistas, libros, etc. Cuya importancia radica en presentar información ya procesada lo que permitió conocer más a fondo investigaciones realizadas sobre el tema las cuales sirvieron como aporte a la investigación.
- Fuentes terciarias: la tecnología representada en uso del Internet permitió tener información de mayor actualidad ayudando a complementar y profundizar el estudio.

6.3 MÉTODO

Esta investigación es inductiva - deductiva, por cuanto parte de datos observados, recogidos, analizados, construyendo categorías deductivas a partir de los objetivos específicos.

6.4 MUESTRA

La Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá cuenta actualmente con 52 empresas afiliadas el cual para el presente trabajo se encuestaron a cuarenta (40) de ellas siendo estas las más representativas de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana de la ciudad de Bogotá, teniendo las siguientes:

Cuadro 1. Empresas encuestadas.

1. Asesora Salud Ltda.	21. Pasar Express S.A. (FEDEX)
2. Venus Colombia S.A.	22. C.I Multicomercial Andina Ltda. - CIMCA Andina Ltda.
3. Confitecol. S.A.	23. Ags Colombia Ltda.
4. Aeroexpress del Ecuador Transam.	24. Alpina S.A.
5. Colceramica S.A.	25. Clarke Modet & Co.
6. Coordicargas Internacional S.A EMA.	26. Cyan
7. Frutícola Comercial Frutcom	27. Unilever Andina Colombia Ltda.
8. Asopartes	28. Hotel Quito
9. Aerogal	29. Jhon Restrepo Y Cia Ltda.
10. TCC	30. Levapan S.A.
11. UPS	31. Lipo Colombia Ltda.
12. CI Vitral Ltda.	32. Logoformas
13. Disan	33. Probiol Laboratorios
14. Probiol	34. Procter And Gamble
15. Acopi	35. Proficol
16. Propal S.A.	36. Quala S.A.
17. Icontec	37. Radisson
18. Axa asistence Aviatur	38. Servientrega Internacional
19. Bavaria	39. Sucromiles
20. Cámara De Comercio De Bogotá	40. Velasco Celleri & Velasco

Fuente: Esta Investigación

7. MARCO CONCEPTUAL

- Importaciones: es la introducción legal de mercancías procedentes de otros países o de una zona franca industrial colombiana al resto del territorio aduanero nacional. Estas cifras se producen con base en la fecha de presentación de las declaraciones de importación ante las entidades financieras autorizadas para recaudar los tributos aduaneros.
- Exportaciones: son las ventas o salidas legales de mercancías hacia otros países o a zona franca.
- Comercio doméstico o interno: denominados a los actos de intercambio de bienes y servicios entre individuos que se encuentran dentro de un mismo país.
- Comercio Internacional: denominado a los actos de intercambio de bienes y servicios de las empresas e individuos que viven en países diferentes o pertenecen a alguna zona franca.
- Déficit Comercial: si las importaciones superan el monto de las exportaciones.
- Superávit Comercial: si las compras son menores que las exportaciones.
- Balanza Comercial: hace parte de la balanza de pagos que registra las transacciones de bienes de un país con las del resto del mundo, durante un periodo determinado. Cuando el valor de las importaciones excede el valor de las exportaciones se dice que la balanza comercial está en déficit; cuando ocurre lo contrario, se dice que la balanza comercial tiene superávit
- Equilibrio En Cuenta Comercial: se refleja cuando el valor de las exportaciones es igual al valor de las importaciones.
- Valor CIF: (Cost, Insurance, Freight, es decir, costo, seguro y flete). Es el precio total de la mercancía, incluyendo en su valor los costos por seguros y fletes.
- Valor FOB (Free on board): corresponde al precio de venta de los bienes embarcados a otros países, puestos en el medio de transporte, sin incluir valor de seguro y fletes.

- CUODE: (Clasificación Según Uso o Destino Económico): es la codificación de las mercancías según el fin económico al cual serán destinadas, como: bienes de capital, intermedios y de consumo.
- CIIU: (Clasificación Industrial Internacional Uniforme): es la codificación de las mercancías según de todas las Actividades Económicas.
- NANDINA: es la nomenclatura que se aplica por parte de los países miembros de la Comunidad Andina. Esta Nomenclatura incluye el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías establecida a un nivel de seis dígitos más los desdoblamientos comunitarios a ocho dígitos, denominados "subpartidas Nandina", las consideraciones generales y las notas complementarias de sección, de capítulo y de subpartida Nandina y las subdivisiones que a un nivel más detallado efectúen los países de la CAN utilizando dos dígitos adicionales a los 8 de la Nomenclatura Arancelaria Común.
- País de origen: es aquel país de procedencia o fabricación total o parcial de bienes y servicios, pero en algunos casos el país de origen es el que ha completado la última fase del proceso de fabricación para que el producto adopte su forma final.

8. EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA CÁMARA COLOMBO ECUATORIANA DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ

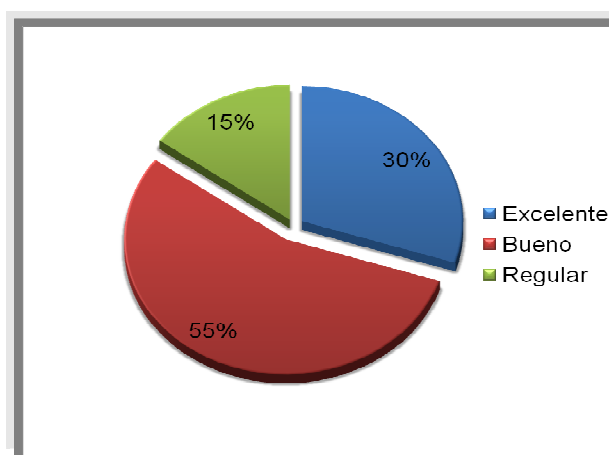
La evaluación y análisis de la información se realiza a través de la agrupación de los datos obtenidos a partir de las técnicas e instrumentos de recolección de la información como la encuesta, la observación directa, se la organizo y agrupo en categorías a partir del cual se construye la interpretación.

Con la colaboración por parte de las empresas encuestadas se logro el objetivo que fue el de evaluar la percepción de los servicios ofrecidos a los afiliados por parte de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá generando un análisis que ayudara a generar propuestas para dinamizar los servicios de la entidad en pos del comercio internacional entre los dos países.

La encuesta se estructuró de una manera sencilla con variables, del cual es importante dejar constancia que se tomaron aspectos de gran relevancia para el estudio de los servicios, entre las variables tenemos: nivel de conocimiento, la eficiencia, la eficacia, los precios, permanencia, expectativas, difusión, conformidad, comunicación, con estos aspectos mencionados se hizo una evaluación concreta que aporta al desarrollo de la investigación.

Para el presente trabajo se encuestaron cuarenta (40) empresas considerando las mas representativas de las instituciones afiliadas a la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá.

Figura 1. Calidad de los servicios



Fuente: Esta investigación.

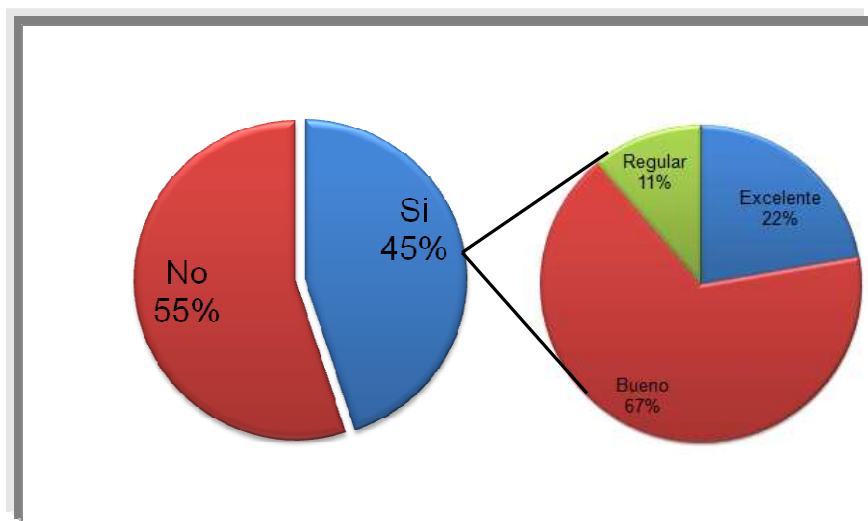
- A. A la pregunta, Considerando la calidad como una garantía y seguridad en la prestación de servicios de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana, ¿Cómo calificaría la calidad servicios prestados a su empresa?

Del 100% de las empresas encuestadas predominó un 55% con la calificación de bueno el cual da a entender que mas de la mitad les parece que la calidad en la prestación de servicio es positiva, seguido con un 30% que un calificativo de excelente y con un 15% respondieron regular, lo cual invita a seguir motivando a la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá a implementar normas de calidad para que ojala la totalidad reconozcan la calidad como excelente siendo un compromiso de todos los integrantes de la institución a buscar la excelencia.

- B. A las preguntas, ¿Conoce los servicios que ofrece la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?; ¿En que nivel podría catalogar los servicios que viene prestando la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?

Partiendo que se tomó por separado de cada uno de los diversos servicios que presta la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio se preguntó en caso de haber respondido afirmativamente, en que nivel podría catalogar los servicios que viene prestando la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana: en Excelente, Buena y Regular por lo cual se obtuvo lo siguiente:

Figura 2. Servicio de bases de datos



Fuente: Esta investigación.

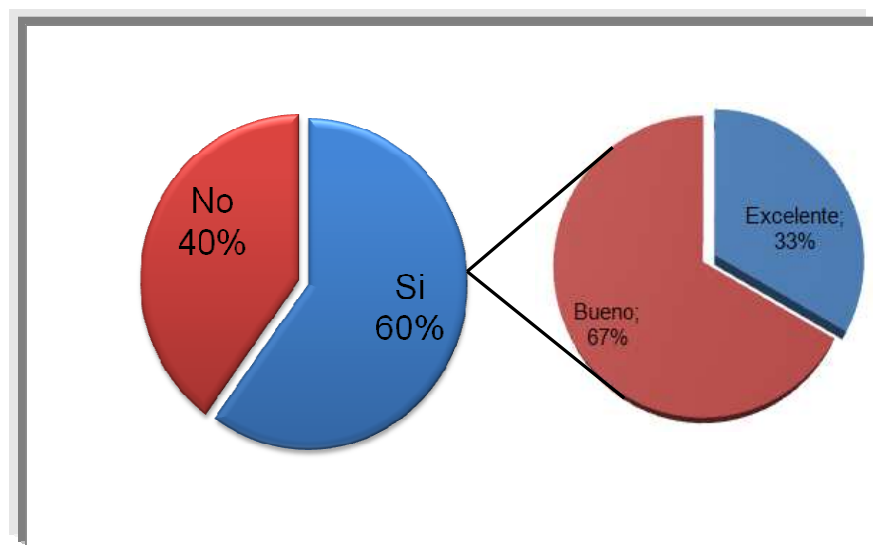
- **Base de datos**

En cuanto al nivel de conocimiento del servicio de las bases de datos se tiene:

Del total de las empresas encuestadas con un resultado desfavorable del 55% manifestaron que no conocen el servicio de bases de datos que presta la Cámara Colombo Ecuatoriana de industria y Comercio, seguido con una diferencia relativa del 45% contestaron que si conocen este servicio como son las bases de datos. Esto hace indispensable promocionar permanentemente este servicio para que sea reconocido y aprovechado por la totalidad de las empresas vinculadas.

De los encuestados que en primera instancia conocen este servicio el mayor promedio fue catalogado como bueno con un 67%, seguido con un 22% con calificación excelente que seria un promedio relativamente pequeño, y con una mínima calificación del 11% fue catalogado como regular. Esto hace que necesariamente se tenga que fortalecer este servicio para que sea reconocido como excelente y las empresas vinculadas puedan aprovecharlo al máximo, para una mejorar esta percepción de este servicio la Cámara Colombo Ecuatoriana.

Figura 3. Servicio de misiones comerciales



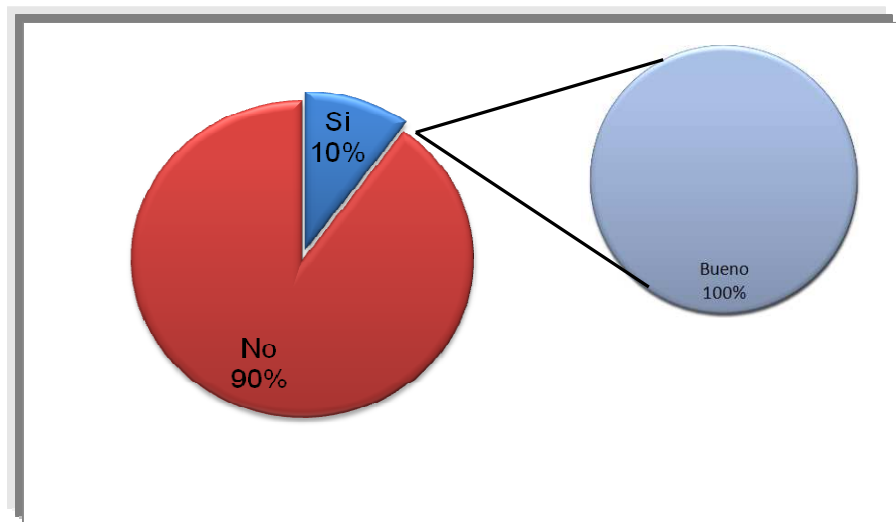
Fuente: Esta investigación.

- **Misiones comerciales**

En cuanto al nivel de conocimiento de las Misiones comerciales se tiene que el 60% tiene pleno conocimiento de este servicio, y un 40% respondió con no, lo que muestra que es uno de los servicios de mas alta demanda dejando ver la experiencia de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá en este servicio.

En cuanto a la calificación del conocimiento de este servicio predomina el nivel de bueno con un 67% y un 33%, obstante se recomienda darlo a conocer con mayor intensidad y así superar la meta del bueno incrementando el excelente.

Figura 4. Servicio de asesoría en constitución de compañía



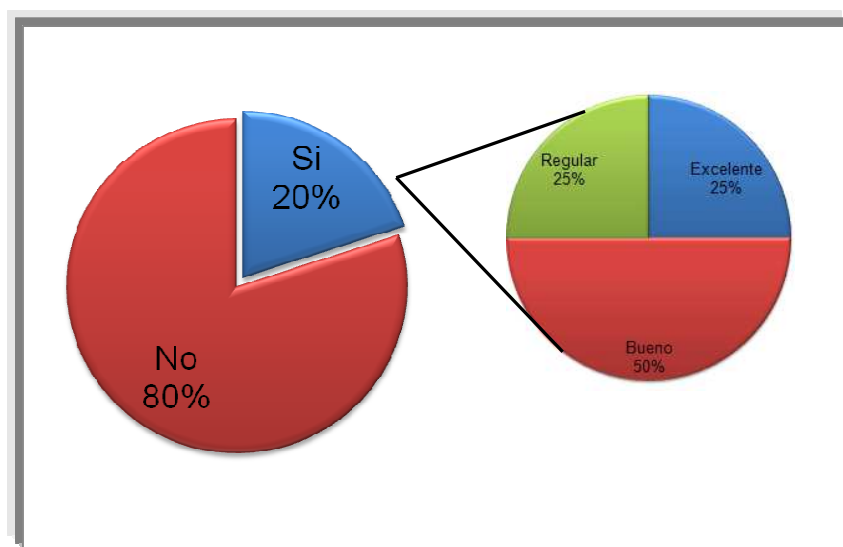
Fuente: Esta investigación.

- **Asesoría en constitución de compañía**

En cuanto al nivel de conocimiento en asesoría en constitución de compañía perfectamente se puede dar cuenta que es bastante alto el promedio de desconocimiento de este servicio con un 90%, y tan solo con el 10% es reconocido, considerando que entre las empresas afiliadas son de gran envergadura muchas a estaban consolidadas tanto en Colombia como en Ecuador, no obstante deben enterarse de este servicio tan integral que se ofrece, sería recomendable darlo a conocer por los diferente medios de comunicación para lograr motivar en este aspecto a los asociados.

Dentro de los encuestados que conocen y utilizan el servicio de asesoría en constitución de compañía lo calificaron como bueno con un 100%, ya que la mayoría de las empresas desconocen este servicio y son de gran envergadura que se han conformado en el Ecuador desde antes de afiliarse a la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio.

Figura 5. Servicio de análisis de riesgo financiero

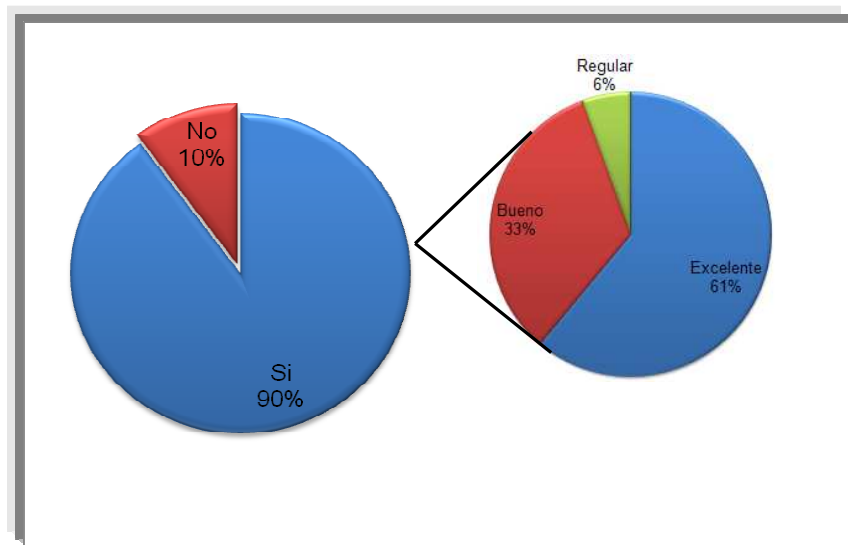


Fuente: Esta investigación.

- **Análisis de riesgo financiero**

En cuanto al nivel de conocimiento en análisis de riesgo financiero se tiene un 80% que no lo conocen siendo este el mayor promedio de este servicio, con esta manifestación puede sustentarse en que las empresas que tienen relación con la institución desconocen este importante herramienta que se les esta ofreciendo, sin embargo se debe enfatizar en realizar estrategias de promoción a este servicio para que sea utilizado de una manera optima. Se puede observar como la mitad de los resultados dentro de los encuestados que conocen y han hecho uso de este servicio lo califican como bueno, en el que muestra la calificación de excelente y de regular con 25% cada uno haciendo conocer que existe descontento de una minoría que se tiene que evaluar las políticas de comunicación y desempeño por parte del socio estratégico en el Ecuador ya que ellos son los que realizan esta operación.

Figura 6. Eventos empresariales

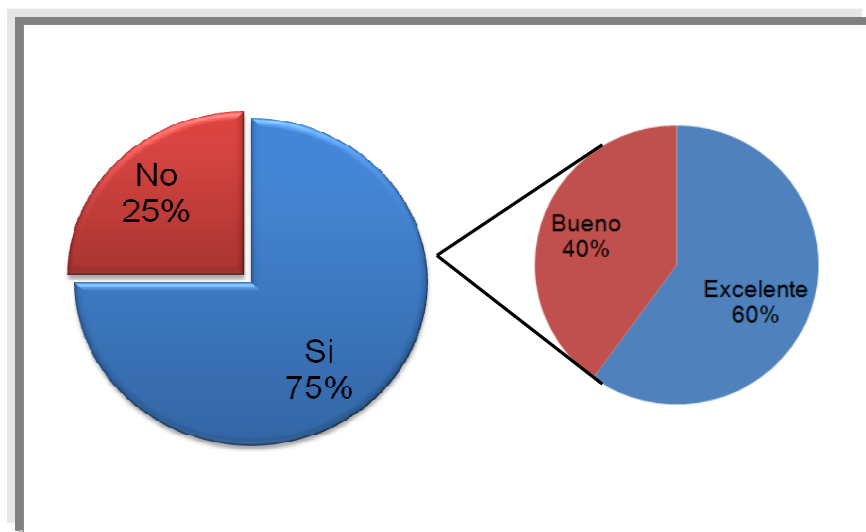


Fuente: Esta investigación.

- **Eventos empresariales como: Foros, Seminarios, Ruedas De Negocios, Talleres**

Están catalogados en un nivel alto tanto de conocimiento como lo es el 90%, solo una pequeña minoría del 10% que con una adecuada estrategia de difusión y de tele mercadeo, se buscaría solventar este pequeño porcentaje. En cuanto a la calificación de los eventos empresariales como: foros, seminarios, ruedas de negocios, talleres se tiene que la percepción es muy positiva denotándolo excelente con un 61%, seguido con 33% valorándolo de bueno lo que indica que es el de mayor aceptación de todos los servicios entre los empresarios que necesitan estar pendientes de una información actualizada y confiable sobre el comercio binacional, como recomendación en lo posible tratar de programarlos con una mayor frecuencia sin disminuir el nivel de calidad tanto de los temas como de los conferencias y entidades especializadas debidamente reconocidas en el entorno del comercio internacional.

Figura 7. Publicaciones y pautas

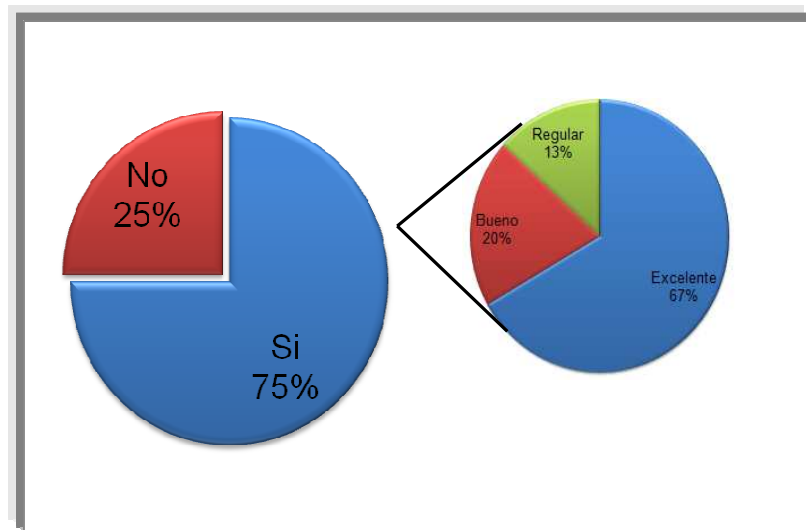


Fuente: Esta investigación.

- **Publicaciones, Pautas, Boletín**

Lo que concierne a publicaciones tiene una importante aceptación de conocimiento representada por el 75% contestaron si, dejando No con un pequeño 25% del total de las empresas encuestadas, muestra que ha sido bien reconocida la guía de negocios y los boletines quincenales enviados a través de e-mail. El excelente y el bueno se llevan los mejores valores siendo el 60% y el 40% respectivamente la calificación otorgada por las empresas, demostrando la acogida de los boletines semanales, y demás publicaciones que están debidamente estructurados en los ámbitos económicos, políticos, comerciales con información actualizada y de gran interés para los empresarios. Este resultado invita a que la institución esté pendiente de las publicaciones informativas que son las que ayudan a mantener las relaciones Cámara - Empresas que es necesario estar revisando y mejorando los artículos de los boletines, de los informes y guías comerciales.

Figura 8. Asesoría e información de soporte



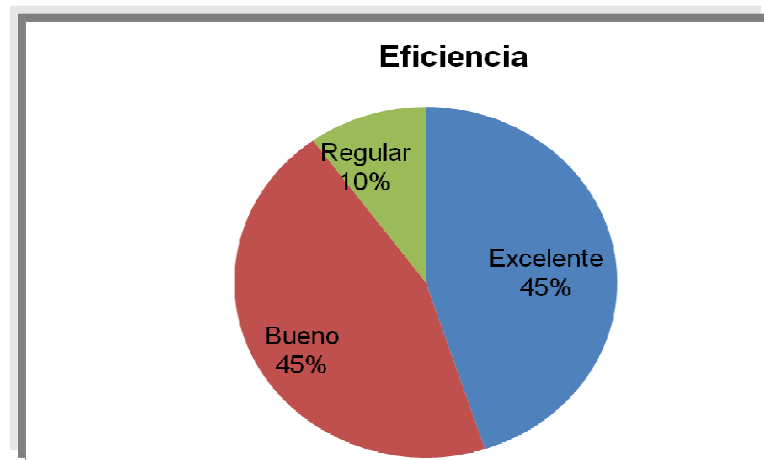
Fuente: Esta investigación.

- **Asesoría e información de soporte**

En cuanto al nivel de conocimiento en asesoría e información de soporte se tiene que las empresas encuestadas saben y conocen obteniendo con un 75% el cual su respuesta fue Si, que pueden contar en cualquier momento con información y asesoría de soporte desde un teléfono, o dirección en el Ecuador o Colombia hasta asesoría completa en constitución de compañía relegando al No con tan solo un 25%.

Los encuestados encuentran en la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio como una institución bastante confiable en el servicio de asesoría e información de soporte con un nivel de excelente en 67% por lo cual se considera que la institución debe estar permanentemente en contacto con los afiliados y al tiempo invitando a que otras empresas todos los servicios, y día a día tenga mayor aceptación en lo que representa ayudar al desarrollo del comercio binacional.

Figura 9. Eficiencia en el manejo de solicitudes

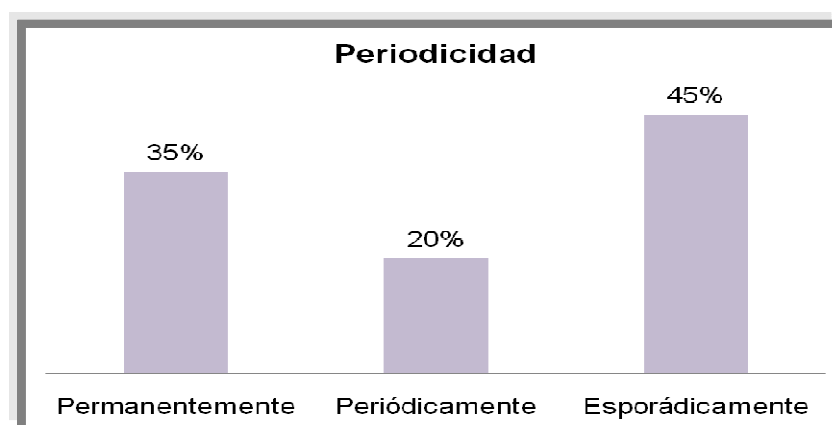


Fuente: Esta investigación.

C. En lo concerniente a la eficiencia en que se manejan y responden sus solicitudes por parte de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio se tiene:

Del total de los encuestados, el 45% manifestaron que la institución tiene un excelente nivel de eficiencia y el mismo porcentaje opinaron que bueno para responder a sus solicitudes, reconociendo la excelente capacidad de quienes están a cargo del manejo de la institución, es importante mantenerse y si es posible aumentar el promedio de la excelencia al 100% continuando con la misma dedicación en resolver las solicitudes de los empresarios.

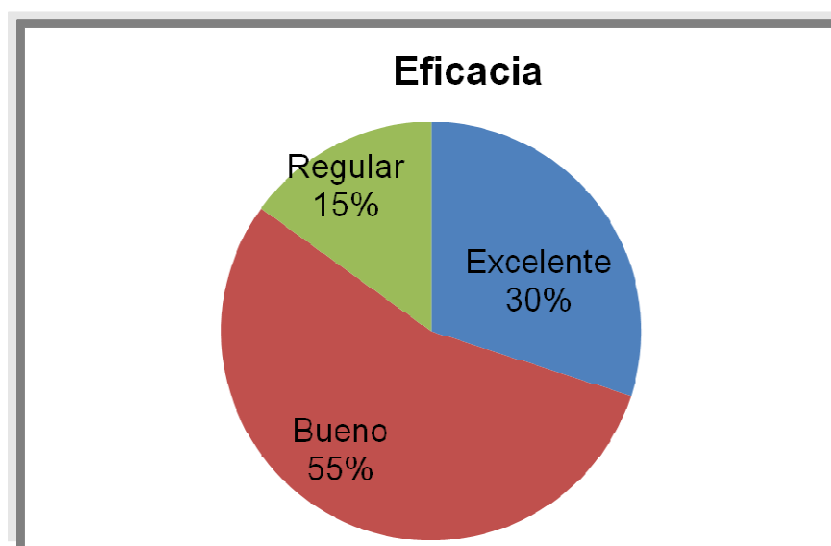
Figura 10. Periodicidad de uso de los servicios



Fuente: Esta investigación.

D. En cuanto a la frecuencia de utilización de los servicios que ofrece la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana. Se tiene: En este aspecto difieren las respuestas ya que se puede observar la frecuencia periódica es la más baja con un 20% al utilizar los servicios ya sea en periodos de trimestrales o semestrales, es importante reconocer que existe el interés por parte de las empresas de estar accediendo a los servicios que ofrece la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio con una permanencia enmarcada en un 35%, para mantener el interés no hay que descuidar la el 45% que esporádicamente hacen uso de los servicios, para esto se recomienda la información y comunicación constante para incrementar la utilización de los diferentes servicios.

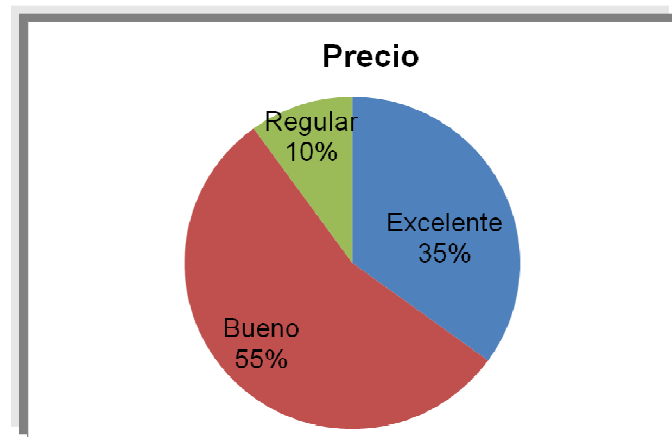
Figura 11. Eficacia de los servicios



Fuente: Esta investigación.

E. Con respecto a la eficacia de los servicios de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana se puede observar que su desempeño frente a las solicitudes de las empresas es bueno con un 55% siendo este porcentaje muy representativo, también con un importante indicador del 30% como excelente, demostrando la seriedad de la institución en la consecución de sus objetivos dirigidos a apoyar a las empresas en bien del desarrollo del comercio binacional.

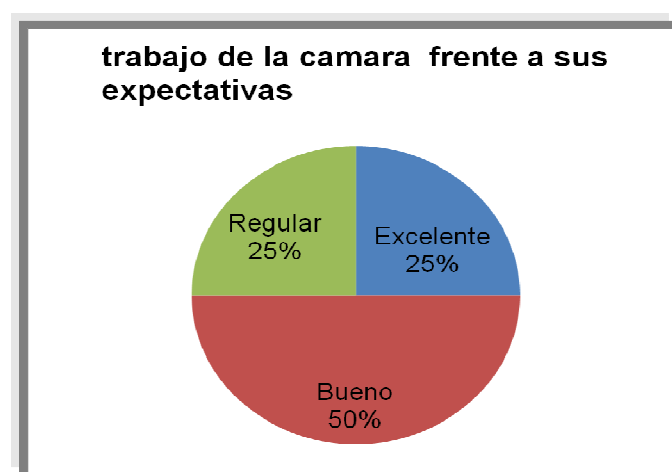
Figura 12. Precio



Fuente: Esta investigación.

F. Con respecto a la calificación del precio por los servicios que le ofrece la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana se tiene: la mayoría de las empresas encuestadas están de acuerdo en afirmar que los valores cobrados por la prestación de servicios son buenos, con un 55%, también se tiene un 35% excelente siendo la proporción de alta calidad de servicio prestado a un bajo costo, lo que indica que están bien estructurados, lo importante es hacer un estudio adecuado de reajuste por año, sin que haya impacto negativo para las empresas asociadas y a otras potencialmente vinculables.

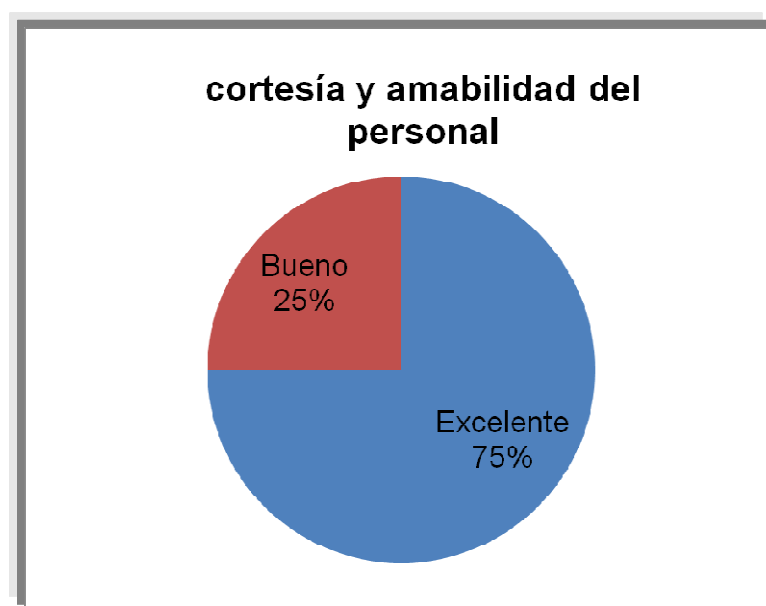
Figura 13. Trabajo de la Cámara Colombo Ecuatoriana de frente a sus expectativas



Fuente: Esta investigación.

G. Sobre como considera el resultado del trabajo de la Cámara Colombo Ecuatoriana de frente a sus expectativas se tiene: la forma como actúa la Cámara Colombo Ecuatoriana frente a las expectativas de los clientes tiene una alta calificación de buena siendo esta el 50%, seguida con un 25% para excelente y para regular, por lo que se hace beneficioso continuar apoyando al talento humano de la institución, para que siga con la misma agilidad y dedicación manteniendo el prestigio de la misma.

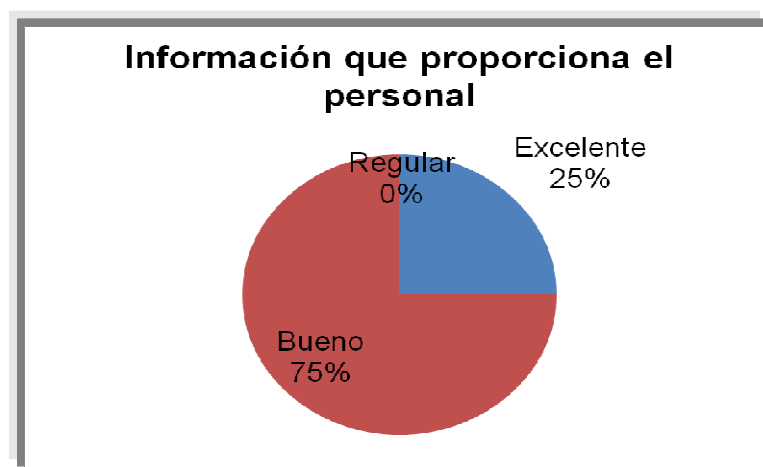
Figura 14. Cortesía y amabilidad del personal



Fuente: Esta investigación.

H. Cortesía y amabilidad del personal administrativo. Afortunadamente la institución cuenta con personal calificado en su preparación profesional, como también en el campo de las buenas relaciones humanas con su cortesía y amabilidad lo que se reconoce por las respuestas de las empresas encuestadas con un 75% como excelente, esta es una gran fortaleza que no se debe descuidar y en lo posible motivar a los funcionarios a seguir con esa calidez humana.

Figura 15. Información que proporciona el personal administrativo



Fuente: Esta investigación.

- I. Del total de los encuestados que opinaron acerca de la información que proporciona el personal administrativo de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana frente a sus inquietudes la catalogaron como bueno con un 75%. Como se afirmó en el ítem anterior la capacidad de los funcionarios permite que se tenga en un concepto positivo en la información que se brinda a las inquietudes que se presenten por los empresarios en cualquier momento que ellos necesiten en el campo del comercio binacional, esto indica que se debe continuar pendientes de lo que los empresarios deseen informarse, y estar actualizados en lo pertinente al trabajo de lo que se viene realizando para alcanzar el 100% en su totalidad.

Tabla 3. Servicios utilizados por su empresa

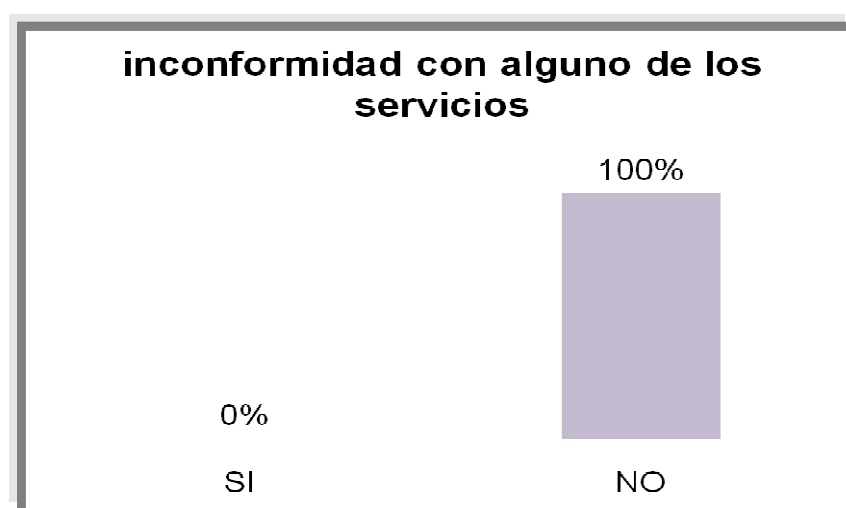
SERVICIOS UTILIZADOS POR SU EMPRESA	%
Bases de datos	12%
Misiones comerciales	9%
Asesoría en constitución de compañía	7%
Análisis de riesgo financiero	2%
Eventos empresariales como: foros, seminarios, ruedas de negocios, talleres	30%
Publicaciones, pautas	21%
Asesoría e información de soporte	19%
TOTAL	100%

Fuente: Esta investigación.

J. Teniendo conocimiento de los servicios que presta la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana, ¿Cuales son los más utilizados por su empresa?

Este ítem tiene relación directa con el indicador 2 donde se analiza el nivel de conocimiento de los servicios, el cual el mas destacado son los eventos empresariales con un 30%, seguido por las publicaciones y pautas con un 21%, se puede dar cuenta que estos son los servicios mas utilizados de mayor impacto positivo en las empresas que asisten con gran disposición a participar en los eventos. Es recomendable fortalecer la promoción de los demás servicios que ofrece la institución.

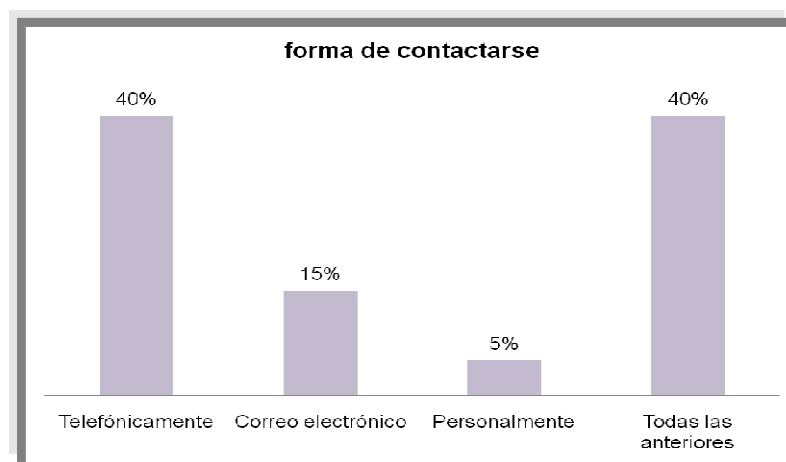
Figura 16. Inconformidad con alguno de los servicios prestados



Fuente: Esta investigación.

K. Con respecto a la pregunta ¿Demuestra inconformidad con alguno de los servicios prestados por la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana? La totalidad de los encuestados afirman estar conformes con los servicios prestados, lo que es una manifestación que tranquiliza a la institución y la tarea esta en seguir motivando a las empresas y miren en la institución esta aceptación total y consideren la importancia de estar vinculados a la Cámara Colombo Ecuatoriana.

Figura 17. Forma de Contactarse



Fuente: Esta investigación.

- L. De las formas más adecuadas para contactarse con la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana eligieron principalmente por teléfono con un 40% sin embargo al calificativo de todas las anteriores también obtuvo un 40%, mostrando que se debe fortalecer los demás medios de comunicación como lo son: correo electrónico y personalmente.

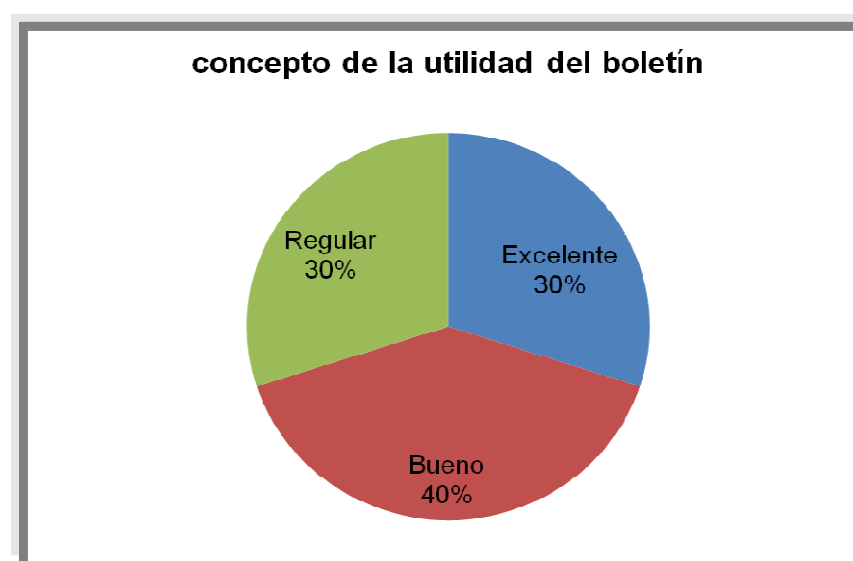
Tabla 4. Quejas de algunos servicios

	ENCUESTADOS	%
Si	0	0%
No	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: Esta investigación.

- M.A la pregunta ¿En algún momento se ha quejado de algunos servicios de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana? Entre los encuestados hubo unanimidad en manifestar que no se han quejado de los servicios con que presta la institución lo que indica la confiabilidad plena de los servicios de la institución que debe continuar con su línea de trabajo en el marco de la seriedad y responsabilidad con sus afiliados.

Figura 18. Utilidad del Boletín



Fuente: Esta investigación

N. El concepto de la utilidad del boletín “Hola Ecuador” de la Cámara Colombo Ecuatoriana se tiene: para los empresarios encuestados el boletín Hola Ecuador es de buena aceptación con un 40% ya que su contenido despierta el interés de los empresarios para conocer los temas relacionados a Colombia y Ecuador en sus actividades comerciales, políticas y económicas, hay que mejorarlo profundizando algunos aspectos que motiven a incrementar el desarrollo comercial, siempre en búsqueda de la excelencia.

Tabla 5. Pagina Web

Excelente	0%
Bueno	35%
Regular	5%
No la utiliza, no la conoce	60%
TOTAL	100%

Fuente: Esta investigación

O. Concepto de la utilidad de la página Web de la Cámara Colombo Ecuatoriana.

Por los resultados se puede dar cuenta que este medio tiene poca receptividad, ya que un 60% no la conoce o no la utiliza se puede afirmar que los existe una buena promoción de la pagina hacia los empresarios y prefieren utilizar otros medios para estar en relación con la institución, sería recomendable realizar estrategias de promoción por este medio ya que la utilización del Internet es importante difundir los servicios de la Cámara.

Tabla 6. Medio conoció a la institución

MEDIO CONOCIÓ A LA INSTITUCIÓN	ENCUESTADOS	%
• Televisión	0	0%
• Radio	0	0%
• Prensa escrita	0	0%
• Referencia de un empresario	10	25%
• Eventos	2	5%
• Otros	28	70%
TOTAL	40	100%

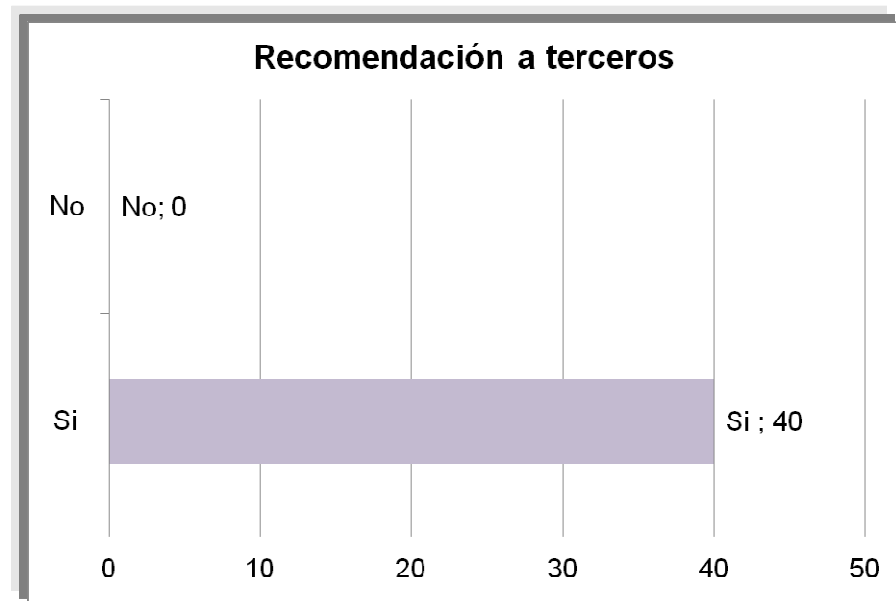
Fuente: Esta investigación.

P. A la pregunta ¿Por qué medio conoció a la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana para poder acceder a los servicios que presta la misma?

Se registra con un 75% de los encuestados lograron acceder a los servicios que presta la Cámara Colombo Ecuatoriana por otros medios como son: visitas por funcionarios de la Cámara Colombo Ecuatoriana, búsqueda en directorio, búsqueda personal.

Así como también las buenas las relaciones de la institución con las empresas afiliadas fue un factor fundamental para que las distintas empresas hayan podido acceder a los servicios que presta la Cámara Colombo Ecuatoriana, esto ayudo para que las empresas afiliadas den buenas referencias a otras entidades con marcado en 25% y continúen estableciendo las excelentes relaciones empresariales para atraer otras ya que un cliente satisfecho comunica y difunde a mas.

Figura 19. Recomendación a terceros



Fuente: Esta investigación.

Q. En lo que corresponde a la recomendación a otras empresas para que utilicen los servicios que ofrece la Cámara Colombo Ecuatoriana es admirable ya que por unanimidad sí recomendarían a otras empresas que utilicen los servicios de la misma y vincularse a los beneficios que se adquieren por medio de esta institución, esto es motivador para que los funcionarios confíen en sus capacidades y continúen respaldando a la Cámara Colombo Ecuatoriana manteniendo su prestigio siendo abanderada en las relaciones comerciales internacionales.

9. ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA CÁMARA COLOMBO ECUATORIANA DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ

Al analizar los servicios ofrecidos por parte de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio e identificar problemas en la prestación de los servicios de la institución, la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio, ofrece un portafolio de servicios con el objetivo de fomentar y fortalecer las relaciones comerciales entre los dos países. Con la prestación de estos servicios se pretende brindarle una asesoría al empresario colombiano o ecuatoriano, a la hora de establecer negocios con el otro país.

Cada servicio es un medio para acceder de una forma más fácil y ágil al mercado del país vecino, además como entidad tenemos la experiencia y el reconocimiento entre los empresarios tanto colombianos como ecuatorianos.

Bases de datos: cuenta con información actualizada de más de 32.000 empresarios exportadores e importadores de Colombia y Ecuador. Las bases de datos se ofrecen a los empresarios mediante listados especializados por producto / partida arancelaria, estadísticas de importación o exportación / país de procedencia. Este servicio permite a los empresarios hacer un primer acercamiento a sus clientes potenciales y tener unas estadísticas de la evolución sus productos en el otro mercado.

Agendas de negocios: organización de citas personalizadas en Ecuador o Colombia con clientes potenciales, que responden a las necesidades particulares de cada empresa.

Publicaciones: se genera rotativamente boletines informativos, con periodicidad semanal. Estos son de carácter informativo (noticias políticas, económicas y comerciales de interés empresarial), así como informes jurídicos y comerciales. Adicionalmente se elabora anualmente una guía de negocios con el fin de brindar información respecto a las relaciones comerciales de carácter binacional.

Misiones comerciales: organización de misiones comerciales empresariales a Ecuador o Colombia. Pueden constituirse para grupos regionales, por sector económico o individuales, igualmente pueden ser de carácter sectorial o multisectorial. Este servicio incluye la elaboración de una agenda de negocios, tiquetes aéreos, estudio de mercado, alojamiento, capacitación y acompañamiento. La agenda de negocios, es la organización de 10 a 12 citas personalizadas en Ecuador o Colombia con clientes potenciales, que responden a

las necesidades particulares de cada empresa. Esto les permite tener un mayor y fácil acceso al mercado optimizando así recursos y tiempo.

Informe sobre análisis de riesgo financiero: los estudios de riesgo se elaboran sobre personas naturales y jurídicas en el Ecuador estos contienen información financiera específicamente sobre: la capacidad de crédito, índice de morosidad, créditos que poseen con el comercio y el sistema financiero, capacidad de pago, estadísticas históricas de manejo de créditos y la calificación de riesgo crediticio. Este servicio está dirigido a aquellas empresas colombianas que están interesadas en conocer la situación financiera de sus posibles socios comerciales en Ecuador. Este análisis es más relevante que una referencia comercial de la empresa, ya que puede conocer la estabilidad financiera y económica de la compañía en el Ecuador.

Asesoría comercial personalizada: la Cámara cuenta con personal idóneo para la asesoría en procesos de importación y exportación de Ecuador y Colombia, identificación de clientes potenciales, cultura de negocios, indicadores económicos, datos políticos y comerciales e información general necesaria para iniciar un proceso de comercio binacional.

Asesoría jurídica: la Cámara ha implementado un espacio dirigido a la asesoría en temas legales con el Ecuador, entre ellos: constitución de compañías o sucursales, regímenes de importación y exportación, registro de marcas y patentes, registros sanitarios y fitosanitarios, régimen laboral, tributario, inversión, trámites consulares, contratos comerciales, y trámites con el Estado.

Estudios de mercado: análisis del mercado ecuatoriano o colombiano, para los productos de una empresa en particular. Se tiene también en cuenta los aspectos económicos, políticos y logísticos del país. Existen dos modalidades:

- Reporte de mercado, consiste en un análisis corto del mercado, especial para aquellas empresas que quieran hacer viajes de exploración y penetración; estudios de mercado: a profundidad, en los cuales se analiza la viabilidad comercial de los productos utilizando para esto fuentes de información primaria y visitas de campo al mercado.
- Foros, seminarios y talleres prácticos: con el fin de brindar a los empresarios información actualizada y confiable acerca del comercio binacional y de temas importantes en el mismo, la Cámara organiza foros y seminarios con conferencistas de primer nivel. En ocasiones, estos eventos son organizados conjuntamente con entidades como las cámaras de comercio regionales y gremios especializados.

10. PROPUESTA DE PLAN DE ACCIÓN EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA CÁMARA COLOMBO ECUATORIANA

Cuadro 2. Propuesta de plan de acción

OBJETIVOS	POR QUÉ O PARA QUÉ	ESTRATEGIAS	DÓNDE	QUIÉN	INDICADOR
Desarrollo de alianzas estratégicas entre empresas asociadas.	Fortalecer el vínculo entre las empresas afiliadas y la Cámara Colombo Ecuatoriana.	A través de mesas de trabajo entre afiliados por sectores.	Salón Cámara de Comercio de Bogota.	Departamento comercial.	Desarrollo de 4 mesas de trabajo
		Mediante la programación de agendas de negocio por sectores.	Sala de reuniones de cada empresa, o de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Departamento comercial.	Programación de 10 agendas de negocio.
	Actuar como conexión o enlace entre afiliados con respecto a los perfiles y sectores.	Programación de agendas de negocio por visión empresarial.	Sala de reuniones de cada empresa, o de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Departamento comercial.	Programación de 10 agendas de negocio.
		Con el desarrollo de desayunos, almuerzos o cenas de negocios.	Restaurante Casa Vieja; Restaurante del Hotel Cosmos 100.	Departamento comercial.	Programación y realización de 10 citas.
Difusión global del portafolio de servicios.	Dar a conocer los servicios y convenios suscritos que benefician a los afiliados para que estos puedan generar más relación con entidades y empresas tanto en Colombia como en el Ecuador.	Implementación de sistema de envío de E-mails con el portafolio completo de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Sede administrativa de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Departamento comercial y administrativo.	Número de envíos y rectificación de recepción
		Impresión y envío de brochures a todas las empresas afiliadas.	Sede administrativa de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Departamento comercial.	Número de envíos de brochures (52) y rectificación de recepción
	Fortalecer vínculos entre afiliados y Cámara Colombo Ecuatoriana.	Dinamizar la página Web para aprovechar al máximo este medio de comunicación y difundir también el portafolio de servicios.	Centro especializado de hosting y mantenimiento de páginas Web.	Departamento administrativo y gerencial.	Número de registros de inscripciones a la página.

		Incluir más temas en el boletín e inclusive realizarlo físico para difundirlo a todos los afiliados y potenciales empresas interesadas en los servicios prestados por la Cámara de Colombo Ecuatoriana.	Sede administrativa de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Departamento administrativo y gerencial.	Número de boletines enviados (52) y rectificación de recepción
		Realizar visitas periódicas de control de calidad de los servicios prestados por la entidad, así como realizar seguimientos e informar el avance de todos los procesos y actividades que se realicen.	Sala de reuniones de cada empresa, o de la cámara Colombo Ecuatoriana.	Departamento comercial.	Numero de visitas confirmadas y realizadas, 4 visitas al año a cada empresa.
		Implementación de este tipo de estudio, y de encuestas para saber como perciben los afiliados los servicios de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Sede administrativa de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Departamento gerencial.	Uno en el segundo semestre.
	Para que las empresas reconozcan a la Cámara Colombo Ecuatoriano como un ente de acción frente a los otros afiliados.	Programar eventos sociales y de integración de afiliados, como cocktails.	Salón del Hotel Cosmos 100.	Departamento comercial y administrativo.	Uno en el segundo semestre del.
Consolidación, fortalecimiento y fomento de las relaciones comerciales existentes, nuevas y potenciales de negocios en Colombia y Ecuador.	Fortalecer convenios con entidades que ofrezcan créditos financieros, y acciones que pretendan reforzar los todos los servicios que tiene la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Desarrollo de eventos empresariales con conferencistas del Ecuador y Colombia.	Salón del Hotel Meliá Santafé.	Departamento comercial y administrativo.	3 eventos durante el segundo y tercer trimestre.
	Integración y ampliación de las relaciones comerciales de las empresas con otras entidades públicas y privadas tanto en Colombia como en Ecuador.	Realizar eventos empresariales por cada sector y multisectoriales como ruedas de negocios, foros, seminarios.	Salón del Hotel La Fontana.	Departamento comercial y administrativo.	5 eventos durante el segundo y tercer trimestre.
		Realizar charlas de buenas prácticas empresariales contando experiencias por parte de los afiliados para los afiliados.	Salón del Hotel Bogota.	Departamento comercial y administrativo.	Una en el segundo semestre.

		Mostrar más estudios del Ecuador para conocerlo más a fondo.	Sede administrativa de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Departamento comercial y administrativo.	Uno mensual.
		Enviar información de nuevos negocios en Ecuador, por vía E-mail.	Sede administrativa de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	Departamento comercial.	Uno mensual
	Actualizar y fortalecer conocimientos aduaneros.	Programación de seminarios de apoyo en temas aduaneros y de frontera, ya que es de gran importancia realizar programas de apoyo en temas aduaneros y de frontera.	Salón del Hotel Dann Carlton	Departamento comercial y administrativo.	Uno en el segundo semestre.
	Realizar conexión con más empresas ecuatorianas.	Misión de frontera.	Ipiales Tulcán.	Departamento comercial.	Una en el primer semestre.

Fuente: Esta investigación.

CONCERTACIÓN ACTIVIDADES PLAN DE ACCIÓN

Cuadro 3. Concertación de actividades del plan de acción

OBJETIVO	ACTIVIDAD	RUBRO	FECHA	COSTO TOTAL \$
Fortalecer el vinculo entre las empresas afiliadas y la Cámara Colombo Ecuatoriana.	A través de mesas de trabajo entre afiliados por sectores.	Salón, instalación mesas, micrófonos	Mes 3, 6, 9, 12	1.000.000
		Refrigerios		500.000
		proyector		150.000
		Invitaciones		150.000
		Pendones		100.000
		Subtotal		
Desarrollo de alianzas estratégicas entre empresas asociadas.	Mediante la programación de agendas de negocios por sectores, o visión de objetivos de cada empresa.	Agendamiento	Mes 2 al 11	100.000
	Con el desarrollo de desayunos, almuerzos o cenas de negocios.	Restaurante		50.000
		Agendamiento		20.000
		Subtotal		
Dar a conocer los servicios y convenios suscritos que benefician a los afiliados.	Desarrollo brochures físicos.	Diseño	Mes 1	500.000
		Impresión		5.000.000
		Envío		100.000
		Subtotal		
Lograr integración de afiliados.	Desarrollo de un coctel.	Salón, instalación mesas, micrófonos	Mes 1	1.800.000
		Refrigerios		800.000
		Bebidas		600.000

		proyector		150.000
		Invitaciones		150.000
		Pendones		100.000
Subtotal				3.600.000
Integración y ampliación de las relaciones comerciales de las empresas con otras entidades públicas y privadas tanto en Colombia como en Ecuador.	Realizar eventos empresariales por cada sector y multisectoriales como ruedas de negocios, foros, seminarios.	Salón, instalación mesas, micrófonos	Mes 2 al 10	1.000.000
		Refrigerios		500.000
		proyector		150.000
		Invitaciones		150.000
		Pendones		100.000
		Tiquetes Expositor		1.100.000
		Alojamiento expositor		400.000
Subtotal				34.000.000
Ser artífices y facilitadores en el comercio binacional.	Misión de frontera.	Viáticos	Mes 6	800.000
		Tiquetes representante de la entidad		400.000
		Alojamiento representante de la entidad		1.000.000
		Agendamiento previo		1.000.000
Subtotal				3.200.000
TOTAL				51.700.000

Fuente: Esta investigación.

CRONOGRAMA DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE ACCIÓN

Cuadro 4. Cronograma de la propuesta del plan de acción

ESTRATEGIAS (QUÉ)	CÓMO	AÑO 2009											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Desarrollo de alianzas estratégicas entre empresas asociadas.	A través de mesas de trabajo entre afiliados por sectores.			*			*			*			*
	Mediante la programación de agendas de negocio por sectores.		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
	Programación de agendas de negocio por visión empresarial.		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
	Con el desarrollo de desayunos, almuerzos o cenas de negocios.		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Difusión global del portafolio de servicios.	Implementación de sistema de envío de E-mails con el portafolio completo de la Cámara Colombo Ecuatoriana.	*											
	Impresión y envío de brochures a todas las empresas afiliadas.	*											
	Dinamizar la página Web para aprovechar al máximo este medio de comunicación y difundir también el portafolio de	*											

	servicios.												
	Incluir más temas en el boletín e inclusive realizarlo físico para difundirlo a todos los afiliados y potenciales empresas interesadas en los servicios prestados por la Cámara de Colombo Ecuatoriana.						*						
	Realizar visitas periódicas de control de calidad de los servicios prestados por la entidad, así como realizar seguimientos e informar el avance de todos los procesos y actividades que se realicen.			*			*			*			*
	Implementación de este tipo de estudio, y de encuestas para saber como perciben los afiliados los servicios de la Cámara Colombo Ecuatoriana.									*			
	Programar eventos sociales y de integración de afiliados, como cocktails.	*											
Consolidación, fortalecimiento y fomento de las relaciones comerciales existentes, nuevas y potenciales de negocios en Colombia y Ecuador.	Desarrollo de eventos empresariales con conferencistas del Ecuador y Colombia.			*		*		*					
	Realizar eventos empresariales por cada sector y multisectoriales como ruedas de negocios,		*		*		*		*			*	

	foros, seminarios.												
	Realizar charlas de buenas prácticas empresariales contando experiencias por parte de los afiliados para los afiliados.									*			
	Programación de seminarios de apoyo en temas aduaneros y de frontera, ya que es de gran importancia realizar programas de apoyo en temas aduaneros y de frontera.										*		
	Misión de frontera.						*						

Fuente: Esta investigación.

CONCLUSIONES

- El desarrollo de la pasantía permitió la vinculación con una gran entidad.
- Personalmente fue una experiencia muy importante de formación personal.
- El haber sido vinculado con la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria Comercio de la ciudad de Bogotá fue una experiencia sumamente importante de formación profesional, que permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos en la universidad y estar en contacto con todas las actividades que se realiza en la entidad. Todo el trabajo se realizó de una manera acuciosa cumpliendo un horario de oficina y siguiendo los lineamientos que se trazaran por parte de las directivas demostrando responsabilidad ante ellos y procurando dejar en alto el buen nombre del alma mater la Universidad de Nariño.
- Con relación al tema particular de la pasantía y de acuerdo a los objetivos propuestos para el desarrollo del trabajo considerando la necesidad de implementar unas acciones para mejorar la prestación de los servicios de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana de la ciudad de Bogotá se ha enfatizado en los siguientes aspectos:
 - A través de lo investigado se reconoce que la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá es una institución bien organizada que por medio de su portafolio de servicios ha logrado vincular y mantener a importantes empresas afiliadas directamente dándole el concepto de responsabilidad y confianza.
 - Los resultados de las encuestas nos demuestran que no hay una estandarización frente al conocimiento e importancia de los servicios, se priorizan algunos como más relevantes de seguirlos manteniéndolos y mejorándolos como lo es el caso de los eventos empresariales que demuestran ser de gran utilidad para mejorar las relaciones comerciales binacionales, otro servicio destacado es el de las publicaciones que se hacen con los boletines informativos.
 - Con relación a todo lo investigado, una vez analizado se considera que los servicios así tengan unos, mayor aceptación y utilidad en la agilidad de lograr el conocimiento y la práctica del intercambio comercial en todos hay aceptación y ninguna empresa manifiesta haberse quejado o estar inconformes con los servicios. Sí es menester profundizar en aquellos

servicios que a pesar de ser aceptados no son muy utilizados, se ve la necesidad de explicarlos con mayor precisión y mostrar la importancia de hacer uso de los mismos como es en la asesoría jurídica, asesoría en constitución de compañías, y lo que son las misiones comerciales, para esto hay que mantener la suficiente motivación e información para que sean de provecho para las empresas afiliadas y a otros clientes potenciales.

- Como parte integral de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá se notó que lo mas destacable para los afiliados es la organización de eventos empresariales ya que mientras duro la vinculación con la entidad, se organizaron varios de ellos como seminarios, conversatorios, foros donde la participación sobrepasó los límites establecidos con una buena cantidad de representantes empresariales. En estos eventos el papel como pasante fue parte vital en la logística y preparación de los mismos con aportes tanto teóricos como prácticos contribuyendo en el éxito, así como se deben mantener y programarse periódicamente.
- Finalmente hay que insistir en mantener la gran imagen que tiene la entidad frente a las empresas afiliadas y el reconocimiento a la excelente labor que viene realizando inclusive recomendando a otras empresas para que se vinculen y aprovechen los servicios que presta la institución. Aquí esta un aporte encaminado a invitar a la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio a que día a día mejore su imagen refuerce esa calidad en los servicios que son el fundamento de lo que es la institución.

RECOMENDACIONES

- De acuerdo a la investigación y teniendo como aspecto central el de la prestación de servicios por parte de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá y con relación a los objetivos se pueden hacer unas recomendaciones muy sencillas y precisas para lograr mejorar el portafolio de dichos servicios.
 - Mantener el portafolio que ofrece la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá ya que se demostró que tiene aceptabilidad bien sea en unos servicios en mayor o en menor grado.
 - En aquellos servicios que se puedan manejar a través de la página Web incentivar a los empresarios a hacer uso de esta para tener un mayor contacto con los empresarios y agilizar las labores en la entidad.
 - Continuar programando los eventos empresariales que son de alta aceptación entre los afiliados activos y potenciales, invitando a conferencistas y panelistas de reconocido nombre dentro del ámbito comercial de nivel nacional e internacional.
 - En lo posible ampliar el boletín a una revista la cual llegue no quincenalmente como el que se envía por e-mail pero si programar su edición trimestralmente con información variada haciendo conocer el desarrollo empresarial entre Colombia y Ecuador, para así mantenerlo informado al empresario tanto en Colombia como en el Ecuador.
 - Finalmente por todos los medios de publicidad estar permanentemente invitando a las empresas afiliadas que se mantengan firmemente participando de una manera activa en todas las propuestas de la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio y así sea reconocida en las relaciones comerciales de los dos países y si fuera posible adelantar estudios para extenderla a otros países en especial de la comunidad andina.

BIBLIOGRAFÍA

ATLAS DEL ECUADOR. Instituto Geográfico Militar.

MANUAL DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LAS MERCANCÍAS PARA LA EXPORTACIÓN. Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT, Segundo volumen.

GUÍA MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR

FOLLETO ACCIONAR SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR.

NETGRAFÍA

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. Disponible en Internet: www.bce.fin.ec

MINISTERIO DE CULTURA DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR. Disponible en Internet: www.cncultura.gov.ec

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR. Disponible en Internet: www.ec-gov.net

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR. Disponible en Internet: www.presidencia.gov.ec

PROEXPORT. Disponible en Internet: www.proexport.com.co

ANEXOS

ANEXO A. PRESUPUESTO

Cuadro 5. Presupuesto

CUENTA	PARCIAL	DEBE	PARCIAL	HABER
2 PASIVO				
27 DIFERIDOS				
270595 OTROS				
27059601 Papelería			80.000	
27059602 Viáticos alimentación			600.000	
27059603 Viáticos Transporte			600.000	
27059604 Fotocopias			50.000	
27059605 Internet			100.000	
27059606 Material bibliográfico			100.000	
27059608 Imprevistos			50.000	
TOTAL PASIVO				1.580.000
3 PATRIMONIO				
31 CAPITAL SOCIAL				
3115 Aportes sociales				
311501 Aporte Anderson García	1.580.000			
TOTAL PATRIMONIO		1.580.000		
TOTALES		1.580.000		1.580.000

Fuente: Esta investigación.

ANEXO B. ENCUESTA



UNIVERSIDAD DE NARIÑO
PROGRAMA DE COMERCIO
INTERNACIONAL Y MERCADEO



CÁMARA COLOMBO ECUATORIANA DE
INDUSTRIA Y COMERCIO

PASANTIA
PLAN DE MEJORA PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA
CÁMARA COLOMBO ECUATORIANA DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE LA
CIUDAD DE BOGOTÁ.
Clientes - Afiliados

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____ **SECTOR:**

NOMBRE DEL EMPRESARIO: _____ **CARGO:**

FECHA DE REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA (D/M/A) _____

La Universidad de Nariño, una institución de Educación Superior en Pasto – Nariño, realiza a través de su colegiatura la confrontación de la teoría con la práctica enfatizando la Pasantía de su egresado en la Cámara Colombo Ecuatoriana de Industria y Comercio de la ciudad de Bogotá. Su opinión es muy importante y contribuirá al óptimo desarrollo de la investigación. Sus respuestas serán estrictamente confidenciales y serán usadas con fines solamente estadísticos y académicos.

1. Considerando la calidad como una garantía y seguridad en la prestación de servicios de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana, ¿Cómo calificaría la calidad servicios prestados a su empresa?

Excelente ____ Bueno ____ Regular ____

2. ¿Conoce los servicios que ofrece la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana? como son:

- | | |
|--|-----------|
| - Bases de datos | Si__ No__ |
| - Misiones comerciales | Si__ No__ |
| - Asesoría en constitución de compañía. | Si__ No__ |
| - Análisis de riesgo financiero | Si__ No__ |
| - Eventos Empresariales como: Foros, Seminarios, Ruedas de Negocios, Talleres. | Si__ No__ |
| - Publicaciones, pautas, boletín. | Si__ No__ |
| - Asesoría e información de Soporte. | Si__ No__ |

En caso de haber respondido si, ¿En que nivel podría catalogar los servicios que viene prestando la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?

- | | | | |
|--|-------------|---------|-----------|
| - Bases de datos | Excelente__ | Bueno__ | Regular__ |
| - Misiones comerciales | Excelente__ | Bueno__ | Regular__ |
| - Asesoría en constitución de compañía. | Excelente__ | Bueno__ | Regular__ |
| - Análisis de riesgo financiero | Excelente__ | Bueno__ | Regular__ |
| - Eventos Empresariales como: Foros, Seminarios, Ruedas de Negocios, Talleres. | Excelente__ | Bueno__ | Regular__ |
| - Publicaciones, pautas, boletín. | Excelente__ | Bueno__ | Regular__ |
| - Asesoría e información de Soporte. | Excelente__ | Bueno__ | Regular__ |

3. ¿Usted como calificaría la eficiencia en que se manejan y responden sus solicitudes por parte de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?
Excelente__ Bueno__ Regular__

4. ¿Durante el periodo que usted está afiliado con que frecuencia ha utilizado los servicios que ofrece la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?
Permanentemente__ Periódicamente__ Esporádicamente__

5. ¿Usted como calificaría la eficacia de los servicios de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?
Excelente__ Bueno__ Regular__

6. ¿Cómo podría catalogar el precio que usted paga por los servicios que le ofrece la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?
Excelente__ Bueno__ Regular__

7. ¿Cómo considera el resultado de nuestro trabajo frente a sus expectativas?
Excelente__ Bueno__ Regular__

8. ¿Cómo califica la cortesía y amabilidad del personal administrativo frente sus solicitudes?
Excelente__ Bueno__ Regular__

9. ¿Como considera la información que proporciona el personal administrativo de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana frente a sus inquietudes?

Excelente ____ Bueno ____ Regular ____

10. Teniendo conocimiento de los servicios que presta la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana, ¿Cuales son los más utilizados por su empresa?

- Bases de datos _____
- Misiones comerciales _____
- Asesoría en constitución de compañía _____
- Análisis de riesgo financiero _____
- Eventos Empresariales como: Foros, Seminarios, Ruedas de Negocios, Talleres _____
- Publicaciones, pautas, boletín. _____
- Asesoría e información de Soporte _____

11. ¿Demuestra inconformidad con alguno de los servicios prestado por la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?

- Bases de datos _____
- Misiones comerciales _____
- Asesoría en constitución de compañía _____
- Análisis de riesgo financiero _____
- Eventos Empresariales como: Foros, Seminarios, Ruedas de Negocios, Talleres _____
- Publicaciones, pautas, boletín. _____
- Asesoría e información de Soporte _____

¿Por que? _____

12. En caso de inconformidad en la prestación de algún servicio, ¿En primera instancia cómo se comunicaría con la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?

- Telefónicamente ____ - Correo electrónico ____ - Personalmente ____
- Todas las anteriores ____

13. ¿En algún momento se ha quejado de algunos servicios de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?

Si ____ No ____

En caso de haber respondido si, ¿Cómo ha sido la respuesta?

Excelente ____ Bueno ____ Regular ____

14. ¿Que otros servicios le gustaría que la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana le ofreciera para beneficio de su empresa?

15. ¿Que concepto le merece la utilidad del boletín “Hola Ecuador” de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana? Excelente ____ Bueno ____ Regular ____

16. ¿Que concepto le merece la utilidad de la página Web de la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana? Excelente ____ Bueno ____ Regular ____

17. ¿Cómo propone que la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana actúe para ampliar las relaciones comerciales de su empresa con otras entidades públicas y privadas?:

18. ¿Por que medio conoció a la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana para poder acceder a los servicios que presta la misma?

- Televisión
- Radio. _____
- Prensa escrita _____
- Referencia de un empresario _____
- Eventos _____
- Otros, Cual _____

19. ¿Recomendaría a otras empresas para que utilicen los servicios que ofrece la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana?
Si ____ No ____

20. ¿Que observaciones generales le haría a la Cámara de Comercio Colombo Ecuatoriana para que continúe prestando de una manera optima los servicios?

Muchas gracias por sus opiniones, su tiempo y colaboración.