

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
ADMINISTRACIÓN DE ADUANERA Y COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS DE ASESORIA EN COMERCIO EXTERIOR
ADSCRITOS A UNIVERSIDADES, DIRIGIDOS A PERSONAS Y MIPYMES

SUSTENTANTES:

KATERIN ADANIS MORA

GABRIELA UREÑA MORALES

FERNANDA VALVERDE CESPEDES

MEMORIA DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION ADUANERA Y COMERCIO EXTERIOR.

CIUDAD UNIVERSITARIA RODRIGO FACIO
SAN PEDRO DE MONTES DE OCA. SAN JOSÉ, COSTA RICA.

2016



Acta #72-2016
Tribunal de Trabajo Final de Graduación
Escuela de Administración Pública

Acta de la Sesión 72-2016 del Tribunal de Trabajo Final de Graduación de la Escuela de Administración Pública, celebrada el 18 de julio del 2016, con el fin de proceder a la Defensa del Trabajo Final de Graduación de: Gabriela Ureña Morales, A96361, Katerin Adanis Mora carné A90061 y María Fernanda Valverde Céspedes carné A96418 quienes optaron por la modalidad de: Seminario de Graduación.

Presentes:

Dr. Leonardo Castellón Rodríguez quien presidió; Dr. Carlos Murillo Zamora como tutor; Lic. Minor Corrales Guevara como lector, M.Sc. Walter Delangton Villavicencio como lector y M.Sc. Susana Wong Chan, quien actuó como representante de los profesores.

Artículo 1

El Presidente informa que el expediente de los estudiantes postulantes contiene todos los documentos que el Reglamento exige. Declara que han cumplido con todos los requisitos del Programa de la Carrera de *Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior*.

Artículo 2

Las estudiantes hicieron la exposición del Trabajo Final titulado **“Análisis de los servicios de asesoría en comercio exterior adscritos a universidades, dirigidos a personas y mipymes”**

Artículo 3

Terminada la disertación, los miembros del Comité Evaluador, interrogaron a las postulantes el tiempo reglamentario. Las respuestas fueron satisfactorias, en opinión del Comité.

(satisfactorias/insatisfactorias)





Artículo 4

Concluido el interrogatorio, el Tribunal procedió a deliberar.

Artículo 5

Efectuada la votación, el Comité Evaluador consideró el Trabajo Final de Graduación satisfactorio, y lo declaró aprobado.
(Satisfactorio/insatisfactorio) (aprobado/no aprobado)

Artículo 6

El presidente del Comité Evaluador comunicó en público a las aspirantes, el resultado de la deliberación y las declaró Licenciadas en Administración Aduanera y Comercio Exterior.

Se les indicó la obligación de presentarse al Acto Público de Juramentación. Luego se dio lectura al acta que firmaron los miembros del Comité y las estudiantes a las 19:15 horas.



Dr. Leonardo Castellón Rodríguez
Director de la Escuela

Katerin Adanis Mora
Carné A90061

Dr. Carlos Murillo Zamora
Tutor del Trabajo

Gabriela Ureña Morales
Carné A96361

Lic. Minor Corrales Guevara
Lector

María Fernanda Valverde Céspedes
Carné A96418

M.Sc. Walter Delangon Villavicencio
Lector

M.Sc. Susana Wong Chan
Representante de los profesores

Según lo establecido en el Reglamento de Trabajos Finales de Graduación, artículo 39 "... En caso de trabajos sobresalientes; si así lo acuerdan por lo menos cuatro de los cinco miembros del Comité, se podrá conceder una aprobación con distinción".



Se aprueba con Distinción

Observaciones:

Original: Estudiantes, copia: Esc. Adm. Pública

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

El contenido de esta memoria de Seminario de Graduación pertenece a las sustentantes, quedan reservados todos los derechos. Se prohíbe la reproducción total o parcial del documento sin el permiso de sus investigadoras.

DEDICATORIA

A Dios por ser el motor que guía mis pasos, sin él nada sería posible;
a mis dos mujeres fuertes mi mamá Maribel y mi abuela Mercedes,
en definitiva esto es gracias a su amor incondicional y fortaleza;
A mi novio Wenser por demostrarme su amor y paciencia.
“Gracias por ayudarme hacer posible esta meta los amo”.
Fernanda Valverde.

A Dios quien ha sido fundamental a lo largo de este proceso
y a quien debo cada uno de mis días.
A mis papás y mi hermano que siempre me han apoyado a lo largo de
mi carrera universitaria y de mi vida.
A mi abuelito, que aunque ya no está físicamente con nosotros, sé que desde
el cielo me cuida y me guía para que todo salga
bien, y ahora celebra conmigo.
A mi novio y mi familia en general, mil gracias porque con su ánimo
y ayuda hicieron posible un logro más en mi vida.
Gabriela Ureña.

Dedico este logro a lo más importante de mi vida: Dios, mi familia, mis hermosos sobrinos
Andrick e Ian por ser mi mayor motivación, el rayo de esperanza que necesito para luchar
día a día. A mi precioso José Pablo por iluminar mi vida con su simpatía, con su cariño. A
mi hermano mayor, Vladi, por su apoyo incondicional y su respaldo.
A mi padre Claudio por hacer de mí una mujer disciplinada e independiente, por sus
consejos de superación y sobre todo porque su fe en mí me impulsa a luchar y a
convertirme cada día en una mejor profesional y ser humano.
Y por último a mi ángel en el cielo, mi madre, la mujer a la que le debo todo lo que soy y lo
que tengo, la que con su ejemplo de disciplina, de éxito me convirtió en una mujer
esforzada y con deseos de superación. La que siempre guió mis pasos y la que luchó
para que mi camino tuviera todas las herramientas que me convierten hoy en una
profesional. A la mujer, madre, esposa, y profesional más admirable que conocí y de quien
me encanta seguir sus pasos, a quien creyó en mí como nadie más podrá creer y quien
con su inmenso amor, con sus sabios consejos forjó el ser humano que hoy soy.
Katerin Adanis

AGRADECIMIENTOS

Primero agradecer a Dios por permitirnos cumplir esta meta. Por otra parte, darle las gracias a nuestro tutor el profesor Carlos Murillo quien siempre estuvo a nuestro lado en este proceso, agradecemos a nuestros lectores el profesor Walter Delangton y Minor Corrales por creer en nuestra idea y apoyarnos desde el comienzo.

Un agradecimiento especial al estudiante David Hernández Zumbado y a la unidad de servicios estadísticos, por su asesoría en los temas estadísticos, su ayuda hace posible este seminario.

A todas aquellas empresas que colaboraron con la respuesta del sondeo, por su ayuda y tiempo, lo cual hizo posible el desarrollo el presente documento.

TABLA DE CONTENIDO

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
TABLA DE CONTENIDO.....	v
LISTA DE GRÁFICOS.....	viii
LISTA DE ABREVIATURAS	x
RESUMEN EJECUTIVO	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
A. Objetivos	1
B. Planteamiento del Problema	2
C. Justificación.....	3
1. Pilar I: Compromiso de la Universidad de Costa Rica con la sociedad	3
2. Pilar II: Capacidad de los estudiantes de insertarse al ambiente laboral.....	4
3. Pilar III: Casos de éxito en la Universidad de Costa Rica.....	5
4. Pilar IV: Búsqueda de excelencia y desarrollo del capital humano.....	6
CAPÍTULO I - UN BREVE ACERCAMIENTO A LA INVESTIGACIÓN.....	8
A. Marco Referencial	8
B. Referentes teóricos	12
1. Perspectiva Educativa	12
2. Perspectiva de comercio exterior.....	14
CAPÍTULO II - FUNDAMENTOS Y ENTORNO DE LOS PROGRAMAS ADSCRITOS A UNIVERSIDADES A NIVEL INTERNACIONAL.....	17
A. Breves antecedentes de la universidad y de la asesoría internacional	17
B. Programas adscritos a universidades a nivel internacional, relacionados con el comercio exterior.....	21
1. Consultorio de Comercio Exterior (Icecomex), Universidad ICESI, Colombia	21

2.	Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Proexport, Universidad del Norte, Colombia	23
3.	Centro de Consultoría Empresarial, Universidad de Medellín	25
4.	ZEIKY: Centro de información y Asesoría en Comercio Exterior, Universidad de San Buenaventura, Colombia	26
5.	Instituto para el Comercio Internacional, Universidad de Adelaide, Australia	27
C.	Ejemplos de consultorios a nivel internacional que no están relacionados con el comercio Internacional	29
1.	Consultorio Empresarial, Universidad los Llanos, Colombia	29
2.	Convenios de Cooperación Educativa, Universidad de Málaga, España	31
3.	Consultorio Jurídico de la Escuela de Derecho y Ciencias Políticas; Universidad Industrial de Santander, Colombia	33
4.	Laboratorio de Consultoría y Asesoría Organizacional (LACAO), Universidad de Guadalajara, México	35
CAPÍTULO III - PROGRAMAS DE ASESORÍA EJECUTADOS EN LA UCR Y PERFIL DE ESTUDIANTES EN CARRERAS RELACIONADAS AL COMERCIO EXTERIOR		38
A.	Consultorios Jurídicos de la Universidad de Costa Rica.....	38
1.	Estructura y funcionamiento de los consultorios jurídicos	40
B.	Centro de Atención Psicológica, Escuela de Psicología	44
1.	¿Por qué nace el proyecto y cómo funciona?	44
2.	Convenios con otras instituciones.....	49
3.	Próximos pasos del consultorio y posibles mejoras	50
C.	Perfil de estudiantes que cursan carreras relacionadas al comercio exterior	51
1.	Facultad de Ciencias Económicas	51
CAPÍTULO IV - PRINCIPALES RESULTADOS Y HALLAZGOS		63
CAPÍTULO V - BENEFICIOS PARA EMPRESAS, ESTUDIANTES, Y PROFESORES PARTICIPANTES DE PROGRAMAS DE ASESORÍA ADSCRITOS A UNIVERSIDADES. 78		
A.	Beneficios para las empresas	78
B.	Beneficios para los estudiantes	81
C.	Beneficios para los profesores.....	82
D.	Propuesta	83
CONSIDERACIONES FINALES Y RECOMENDACIONES.....		87
A.	Consideraciones finales	87

B. Recomendaciones	93
BIBLIOGRAFÍA.....	96
ANEXOS.....	100
APÉNDICE	i

LISTA DE GRÁFICOS

<u>Gráfico 1:</u> Ubicación de las empresas por provincia. Año 2016.....	64
<u>Gráfico 2:</u> Ubicación de las empresas sondeadas, distribuidas por provincia. Año 2016.	64
<u>Gráfico 3:</u> Cantidad de trabajadores por empresa. Año 2016.	65
<u>Gráfico 4:</u> Número de empresas por sector de operación. Año 2016.....	66
<u>Gráfico 5:</u> Personal en el área de importaciones con estudios universitarios en comercio exterior Año 2016.....	66
<u>Gráfico 6:</u> Personal en el área de exportaciones con estudios universitarios en comercio exterior Año 2016.....	67
<u>Gráfico 7:</u> Existencia de debilidades operativas -comerciales que pueden subsanarse por medio de servicios de asesoría. Año 2016	68
<u>Gráfico 8:</u> Cantidad de empresas clasificadas según la importancia en invertir en asesoría para fortalecer el área comercial / operativa. Año 2016	68
<u>Gráfico 9:</u> Principales necesidades de las mipymes en materia comercial. Año 2016	69
<u>Gráfico 10:</u> Conocimiento de las empresas sobre el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector exportador / importador de las mipymes del país. Año 2016	70
<u>Gráfico 11:</u> Empresas que han contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial. Año 2016	71
<u>Gráfico 12:</u> Tipos de asesorías contratadas por las empresas sondeadas. Año 2016	71
<u>Gráfico 13:</u> Principales instituciones de las que se han contratado asesorías. Año 2016	72
<u>Gráfico 14:</u> Elementos para elegir un asesor de comercio exterior. Año 2016.....	73

<u>Gráfico 15</u> : Disposición de pago de las empresas encuestadas para obtener servicios de asesoría comercial. Año 2016	74
<u>Gráfico 16</u> : Período de tiempo en que las empresas pagarían servicios de asesoría. Año 2016	75
<u>Gráfico 17</u> : Percepción de las empresas sobre la formación de un centro de asesoría en comercio exterior, integrado por estudiantes de la UCR. Año 2016.	76
<u>Gráfico 18</u> : Asistencia de empresas al hipotético centro de asesoría en comercio exterior formado por estudiantes de la UCR. Año 2016.	77

LISTA DE ABREVIATURAS

CAP	Centro de Atención Psicológica.
CECE	Centro de Consultoría Empresarial.
ICECOMEX	Consultorio de Comercio Exterior Universidad de ICESI Colombia.
LACAO	Laboratorio de Consultoría y Asesoría Organizacional.
OMC	Organización Mundial de Comercio.
PFE	Programa de Formación Exportadora.
PROCOMER	Promotora de Comercio de Costa Rica.
ROCAP	Oficina Regional para programas Centroamericanos de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (Regional Office for Central American Projects)
S.A	Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
SINAES	Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior.
UCR	Universidad de Costa Rica.
ZEIKY	Centro de información y Asesoría en Comercio Exterior, Universidad de San Buenaventura, Colombia.

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, debido al auge de las relaciones comerciales y el desarrollo del comercio, las universidades han desarrollado programas de asesoría en el seno de sus facultades, lo que genera diferentes derivaciones tanto para las personas, mipymes y para todos aquellos estudiantes de las carreras relacionadas.

El presente seminario se basa en pilares, tal es el caso del compromiso de la Universidad de Costa Rica con la sociedad, como una entidad formadora de profesionales y desarrolladora de conocimiento. Como segundo pilar se plantea la responsabilidad de las carreras de formar profesionales capaces de insertarse plenamente en el ambiente laboral.

El tercer pilar son los casos de éxito de programas existentes, tanto dentro como fuera de la Universidad de Costa Rica. Y el cuarto pilar se basa en la búsqueda de la excelencia humana y desarrollo del capital humano.

Para efectos del presente seminario, los servicios se consideran como actividades intangibles, imposibles de transportar o almacenar, surgen como resultado de esfuerzos humanos con el fin de satisfacer las necesidades o deseos de las personas y se ofrecen a un bajo costo o gratuitamente. También se plantea la definición de asesoría como una actividad por medio de la cual, se busca brindar apoyo a las personas que requieran ayuda para el desarrollo de actividades en los diferentes temas de comercio exterior.

Por otro lado se entenderá que un programa está adscrito a una universidad en el tanto que haya sido creado en el seno de una universidad; es decir por una facultad, escuela o carrera que se encargue de velar por el cumplimiento, el presupuesto, el capital humano y desarrollo del programa.

Se entiende por comercio exterior el “intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional” (W. Lexis,

1929, p. 91). El concepto de comercio exterior engloba dentro de sí diversos aspectos de tipo aduanero, legal y logístico.

Las empresas objeto del presente seminario son las mipymes, las cuales son definidas como “toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica” (Pymes Costa Rica, Ventanilla Única Pyme, 2014).

Iniciando con los antecedentes de la asesoría ofrecida en universidades, se entiende que dado el proceso de evolución y especialización que han tenido las universidades y la asesoría, se ha logrado una sinergia entre ambas, misma que inicia cuando las universidades comienzan a utilizar la asesoría de un profesor para lograr enseñanza integral, ya que los estudiantes deben contar con características fundamentales entre las que se destacan el conocimiento y experiencia en lo que se va a analizar, capacidad para resolver problemas, ser analítico, capacidad de comunicación oral y escrita y generar seguridad (Velázquez, 2012, p.19-20).

Los programas de asesoría adscritos a universidades se han desarrollado en distintos países de Latinoamérica y el resto del mundo cada vez con mayor fuerza, mejores alcances y proyección hacia las sociedades en las que se establecen, es por esta razón que se analizaron brevemente casos exitosos.

Un ejemplo es el Consultorio de Comercio Exterior ICECOMEX, este trabaja de la mano de empresarios de diversos sectores, con el propósito de brindarles un espacio que les permita conocer oportunidades de comercio internacional. Dentro de los servicios que brinda este consultorio a los empresarios se encuentran: consultorías, visitas empresariales, foros informativos y publicaciones

Este proyecto se desarrolla con el objetivo de ofrecer a las pymes colombianas acceso a información precisa y de calidad sobre temas de procesos de internacionalización, por medio de diversos servicios que se brindan de forma gratuita, ya que buscan fomentar la gestión exportadora de los empresarios colombianos, con la finalidad de lograr mayor competitividad en el entorno mundial (Universidad ICESI Colombia, 2014).

Otro ejemplo es el Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Proexport. Dicho centro ha servido de apoyo a gran cantidad de empresarios en el proceso de

internacionalización, gracias a sus servicios de información, capacitaciones y asesoría especializada en temas de comercio exterior, siempre tomando en cuenta a las capacidades y objetivos de cada uno.

Dentro de los servicios que brinda Proexport a los exportadores colombianos con la finalidad de promover las exportaciones se encuentran, por ejemplo, la formación en exportación, los estudios de mercado y principalmente su enfoque consiste en ofrecer asesoría especializada en requisitos, procedimientos, así como en trámites de exportación e importación (Universidad del Norte. Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Proexport).

Además de los servicios mencionados previamente, es importante señalar que Proexport cuenta con un portal para la promoción de exportaciones, denominado Colombia Trade al ingresar, los interesados podrán encontrar noticias sobre exportaciones, una herramienta interactiva para identificar oportunidades de negocio en diversos países del mundo, eventos, y diversas herramientas de apoyo al exportador colombiano.

Igualmente en Colombia, se desarrolla el Centro de Consultoría Empresarial, Universidad de Medellín, este centro se especializa en atención a mipymes en áreas específicas, tales como contabilidad, administración y negocios internacionales, y además busca que el estudiante se desarrolle integralmente, esto al atender casos que lo insertan en la realidad del país y sus exportadores, misma que se enfrentará cuando se inserte al mercado laboral (CECE. Centro de Consultoría Empresarial).

Dentro de la Universidad de San Buenaventura, se encuentra el ZEIKY, nace para apoyar la generación de una cultura colombiana orientada a la exportación, misma que promueve la oferta exportable del país; así como a la comunidad estudiantil universitaria, esto por medio de solución de consultas respecto a temas de comercio internacional en el campus universitario, con la finalidad de que los mismos logren incrementar su interés por la materia.

Dentro de los servicios que ofrece ZEIKY, y al que pueden acceder aquellos interesados se encuentran, el centro de información básica en comercio exterior, así como el de física y virtual, el *Contact Center*, además del programa de formación exportadora y el semillero de empresas.

Dejando de lado los ejemplos a nivel de América Latina, se tiene el caso del Instituto para el Comercio Internacional, el cual se estableció desde el pasado 2003 como parte de la Universidad de Adelaide, Australia.

El instituto de comercio internacional se dedica a promover estudios con la finalidad de brindar apoyo a aquellas personas que trabajan en la economía global de hoy en día, esto sin importar si se encuentran en las ramas de negocios, el gobierno o la universidad. Además, dado que el instituto se ubica dentro de una universidad, también trabajan en ejecutar y enseñar programas académicos como maestrías y doctorados en comercio internacional.

Entrando al ámbito nacional dentro de la Universidad de Costa Rica, sede Rodrigo Facio, se tiene el caso concreto de la Facultad de Derecho y la Facultad de Psicología.

Empezando con la facultad de derecho, como base principal, el programa de consultorios jurídicos cuenta con una ley que fue presentada en Octubre de 1969 a la Asamblea Legislativa. Se cuenta con veinte y dos consultorios jurídicos, los cuales son parte del área de acción social y tienen como encargada del programa a la profesora Msc. Olga Marta Mena Pacheco.

En estos consultorios se realizan 208 horas de trabajo durante un total de 13 meses, el servicio es impartido por los estudiantes de tercer y cuarto año de la carrera, siendo parte del plan de estudios y requisito para poder graduarse como bachiller.

Otro punto a tomar en cuenta es el público meta al que se enfoca el servicio, por este motivo es importante mencionar la ley 4775 en su artículo 1 indica que toda persona que no esté obligada a presentar declaración según establezca la Ley del Impuesto sobre la Renta puede recibir la asesoría, el enfoque social es la base fundamental del programa, por lo cual el servicio es brindado solo aquellas personas que no son capaces de pagar un abogado para poder defenderse.

La Universidad por medio de la Facultad tiene la responsabilidad de enseñar a sus estudiantes, darle las herramientas adecuadas para ser profesionales con el dominio de las materias. Pero cabe resaltar que existen ciertos aspectos que solo el quehacer diario puede brindar, la responsabilidad, la empatía y se puede decir que hasta la ética son aspectos que solo se aprenden cuando se está en contacto con la realidad frente a frente.

Por otro lado El CAP es un proyecto de acción social de la escuela de Psicología y nace por dos razones principales. La primera corresponde a la obligatoriedad y compromiso tanto de la Escuela de Psicología y como de la Universidad de Costa Rica con la sociedad costarricense, en dar una buena formación teórica, clínica y práctica a sus estudiantes y futuros profesionales en la materia.

El CAP es propiamente la clínica, la cual ofrece servicios a la comunidad en la atención psicológica tanto individual como familiar, y en algunos casos, también se desarrollan procesos grupales. Las personas que brindan el servicio y atienden a quienes lo solicitan son los estudiantes avanzados de la carrera de Psicología (Molina, 2014).

Existen una serie de requisitos y exigencias que el estudiante debe cumplir al momento de desarrollar un módulo, si estas no son cumplidas, el estudiante lo pierde y debe cursarlo nuevamente. Dentro de estos requisitos se cita, por ejemplo que los estudiantes deben atender a los pacientes en un marco ético, deben cumplir con sus deberes y los derechos del paciente, de debe supervisar, entre otros (Molina, 2014).

Es responsabilidad de cada profesor que atiende en los módulos supervisar a todos sus estudiantes, saber cuál es el paciente que atiende cada uno y dar las recomendaciones del caso; a su vez, el estudiante es quien realiza las entrevistas y le debe informes a su profesor sobre la situación y avances de las sesiones, sin embargo, atiende a su paciente en privado con el compromiso de mantener informado al supervisor (Molina, 2014).

Para dar inicio al análisis de los perfiles de las carreras dentro de la Universidad de Costa Rica, que guardan alguna relación con el comercio exterior, sin duda alguna es necesario adentrarse en la Facultad de Ciencias Económicas y sus respectivas Escuelas.

Actualmente dentro de esta facultad se encuentran las Escuelas de Administración de Negocios, Administración Pública, Escuela de Economía y Escuela de Estadística. En total se imparten seis carreras: Contaduría Pública, Dirección de Empresas, Administración Aduanera y Comercio Exterior, Administración Pública, Economía y Estadística.

Esta Facultad alberga profesionales en áreas relevantes para el comercio exterior, tal es el caso de Mercadeo y Ventas, Gerencia, Negocios Internacionales, Administración y Dirección de empresas, Contaduría y Finanzas.

En el plan de estudios de la carrera de administración de negocios, se pueden encontrar cursos de gerencia de investigación de mercados, gerencia de ventas y distribución, empresariedad e innovación, principios de mercadeo así como economía internacional, globalización y gestión gerencial.

En la carrera de economía se puede destacar el curso de comercio internacional, este curso persigue estudiar los elementos básicos de la teoría del comercio internacional, sus principales aristas son por qué ocurre el comercio internacional, cuáles son las razones para que se dé el traslado de medios de producción a través de las fronteras, así como la externalización de los procesos productivos.

La Carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior se creó con el propósito de formar profesionales capaces de ejecutar las labores de instituciones públicas y privadas que se muevan dentro del Sistema Aduanero Nacional y el comercio exterior, asimismo con posibilidades de enfrentarse a nuevos retos, que puedan comprender los diversos tratados, acuerdos y convenios a los cuales el país se ha adscrito.

Según el programa del curso, el objetivo general es dotar al estudiante de los principales conocimientos sobre la logística internacional y los aspectos técnicos del transporte internacional, disposición y manejo de mercancías, aspectos contractuales, seguros y fianzas internacionales (Programa de curso Logística y Aspectos Técnicos del Comercio, 2015).

Según lo menciona el programa del curso Merceología II, el objetivo de los cursos es conocer, interpretar y aplicar los criterios merceológicos contenidos en el sistema internacional de clasificación basado en la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (S.A), particularmente en la aplicación de las Reglas Generales de Interpretación, Notas Legales y los criterios de Sección, capítulo, partidas y sub-partidas de la nomenclatura vigente y actualizada, fomentando la correcta clasificación arancelaria de las mercancías estudiadas. (Programa de Curso Merceología II, 2015).

Con el objetivo principal de identificar las necesidades comerciales y operativas que enfrentan las personas y mipymes costarricenses, que desarrollan sus actividades en la importación o exportación se utilizó la herramienta sondeo, mediante la aplicación de un cuestionario con veintidós preguntas y aplicado de manera telefónica a un total de treinta

y cuatro mipymes costarricenses, las cuales fueron seleccionadas de la base de datos de PROCOMER.

Este sondeo persiguió los siguientes objetivos complementarios.

- i. Detectar las principales debilidades de las mipymes que pueden ser canalizadas mediante asesoría;
- ii. Analizar la percepción de los servicios de asesoría en comercio exterior por parte de las mipymes costarricenses;
- iii. Encontrar los principales tipos de servicios de asesoría en comercio exterior contratados por las empresas analizadas;
- iv. Detectar las principales fuentes de asesoría en comercio exterior que utilizan las mipymes;
- v. Analizar la percepción de las empresas respecto al establecimiento de un centro en comercio exterior, atendido por estudiantes de último año de la carrera administración aduanera y comercio exterior, y;
- vi. Determinar las principales consideraciones que tienen las empresas a la hora de contratar asesoría por parte de las empresas nacionales.

Respecto a los sectores en los que se desenvuelven las empresas sondeadas, se tiene como resultado doce empresas dedicadas al sector importación, seguido por once del sector exportación y diez empresas que se desarrollan en ambos sectores.

El sector importación, representado en el presente sondeo por veintitrés empresas, cuenta con una mayoría significativa de personal que tiene estudios universitarios en esta área.

Dicha cifra cambia cuando se analiza el sector exportación, ya que, del total de veintidós empresas del sector que se encuestaron, es mayor el porcentaje de personal no calificado en comercio exterior al que sí ha recibido formación universitaria.

Una mayoría significativa de empresas consideran que existen debilidades o fallas operativas que podrían ser atacadas con servicios de asesoría. Lo que refuerza la necesidad de ofrecer a estas empresas, asesoría en diversos temas relacionados al comercio exterior que permitan aumentar su competitividad y presencia en esta rama.

Dentro de las fallas indicadas por las empresas se encuentran falta de conocimientos logísticos, desconocimiento sobre regulaciones y leyes vigentes, exoneración de impuestos, confección de documentos tales como conocimientos de embarque y certificados de origen, entre otros.

Por otro lado, al consultar a las empresas si conocían sobre el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector tanto exportador como importador de las mipymes del país, solo el 50% de ellas se manifestaron a favor, y de esas diecisiete empresas que representan el 50% del total, solo diez de ellas indicaron haber contratado estos servicios.

Las empresas que han contratado asesoría en algún momento, se inclinan por factores como la experiencia y el reconocimiento. Por otra parte, el precio y que se brinden servicios personalizados son factores importantes pero no en un mayor porcentaje, es de esta forma que se infiere que aquellas empresas que han contratado en algún momento asesorías, no consideran el costo y la forma de brindar el servicio como factores determinantes en la elección de su asesor; el resultado final es para ellos el valor agregado.

Del total de las empresas sondeadas el 56% estaría dispuesto a pagar entre menos de cien mil y más de doscientos cincuenta mil colones por los servicios de asesoría. Se resalta que el 53% de las empresas pagaría más de cien mil colones, dejando un margen muy pequeño de empresas que pagarían menos de cien mil colones.

Una mayoría significativa, es decir, alrededor de un 88% de las empresas sondeadas, indicaron que estarían de acuerdo o muy de acuerdo en la hipotética creación del centro. En la mayoría de los casos las empresas sondeadas estarían dispuestas a asistir al hipotético centro de asesoría en comercio exterior conformado por estudiantes de la UCR.

Entre los comentarios brindados por los encuestados que eventualmente asistirían, se resalta el prestigio que tiene la UCR por ser una institución pública y formadora de profesionales sobresalientes, que los estudiantes se encuentran más actualizados en la materia, que les gusta innovar, que cuentan con más ganas de aprender y que los profesores son altamente capacitados.

En la mayoría de los casos los comentarios fueron positivos, resaltando en general, las buenas características de los estudiantes y la universidad. Solo se obtuvo una opinión en

desacuerdo, la cual indica que los estudiantes no cuentan con experiencia profesional, sino que solo conocimientos teóricos.

Como se desprende del análisis de ejemplos de éxito y los hallazgos del sondeo existe una gran cantidad de beneficios, para las empresas mipymes y personas físicas emprendedoras, derivados del hecho de contratar servicios de asesorías.

Inicialmente, se tiene que las empresas que demandan este tipo de servicios son conscientes que cuentan con una debilidad en un área determinada, es decir, una empresa que contrata los servicios de asesoría de un tercero, busca incrementar su productividad o ampliar sus horizontes por medio del asesoramiento de un experto en la materia.

Otro beneficio de los que gozan las empresas mipymes y personas emprendedoras que demandan este servicio, es que existen diversas modalidades que utilizan los oferentes en asesoría para brindar su servicio, los cuales dependen de la necesidad y el objetivo que persiga la empresa. Por ejemplo, existen modalidades de asesoría por medio de charlas, conferencias, talleres, seminarios, entre otros.

Respecto a las empresas que se benefician de la asesoría que se brinda en centros adscritos a universidades, se rescatan beneficios importantes, dentro de los cuales se puede mencionar el contar con asesoría de personas que cuentan con conocimientos actualizados, ya que los estudiantes de último año, al estar aún en las aulas, manejan e interactúan con la teoría más actualizada.

Asimismo, la asesoría recibida es de calidad, al ser esta ofrecida por estudiantes de universidades que son apoyados en su análisis por un profesor que evalúa y aprueba la misma.

El participar en estos centros ofrece a los estudiantes un panorama de futuros casos que deberán enfrentar en su vida profesional, siendo una muy buena escuela para reforzar sus conocimientos adquiridos en las aulas.

Por último, estos espacios son una buena oportunidad para compararse con otros estudiantes, para identificar formas de enfrentar y resolver los casos así como para adoptar buenas prácticas que se observen en otros compañeros, siempre buscando crecer profesionalmente.

Dentro de los beneficios que obtienen los profesores involucrados en este tipo de modelo, se puede citar el fortalecimiento de su capacidad de negociación, ya que al ser los profesores los directores de dichos centros, tienen que buscar alianzas con otros entes, así como buscar opciones de práctica, ya sea en instituciones gubernamentales, privadas, entre otras, todo esto genera que tengan que expandir sus redes de contactos y su poder de negociación.

Otro de los beneficios, es el contacto con la realidad social que enfrenta el país en el que se desarrollan, es decir, al trabajar en estos centros, los profesores pueden conocer y enfrentar distintos casos que exigen su análisis y búsqueda de posibles soluciones, esto les permite incrementar su rango de conocimiento, ya que va más allá de los casos que puedan enfrentar en sus respectivos trabajos o conocimiento académico.

Después de analizar los diferentes beneficios que genera para los estudiantes, las empresas y los profesores, es que se plantean las siguientes indicaciones que podrían servir de base en el caso hipotético de llevarse a cabo el centro de la carrera de aduanas y comercio exterior de la UCR.

Por otra parte, con respecto a la obligatoriedad de la asistencia por parte de los estudiantes a este, como recomendación lo mejor es comenzar con una asistencia no obligatoria, con la participación de aquellos estudiantes que deseen asistir, comprometerse y cuenten con buenas calificaciones, con el tiempo esta modalidad podría cambiarse.

Basados en que se inicie en algún momento un programa piloto, es muy importante poder controlar la cantidad de estudiantes que participen, las necesidades de estos y cómo se va desarrollando el programa como tal. Con el paso del tiempo y la demanda, se pueden hacer partícipes otros estudiantes.

Un punto que al que se debe dar énfasis es que los estudiantes que participen deben ser de años avanzados y haber cumplido con la mayoría de créditos respectivos, esto con el fin de que se brinde una asistencia de la mejor calidad posible por lo cual se recomienda que sean estudiantes de cuarto o quinto año de carrera.

En este caso, para el tema comercial se recomienda no involucrarse en temas merceológicos puntuales ya que estos dependen de características específicas y aspectos técnicos que no se podrían tener a simple vista, en otros casos como legislación

aduanera, logística, estudios de mercado, análisis de laboratorios entre otros no existiría ningún inconveniente.

El apoyo de un profesor es fundamental, ya que es la guía para que el estudiante cumpla con sus actividades de forma correcta. Después del estudio realizado se demuestra que la participación activa del profesor es fundamental.

Es importante indicar que el aspecto económico es necesario ya que se necesita espacio físico, equipo de oficina y pago a los profesores, además se debe recordar que la UCR es una institución de prestigio que cuenta con capital humano de calidad y según los resultados brindados por los participantes del sondeo, en la mayoría de los casos, pagarían por estos servicios.

Estas recomendaciones surgen con la finalidad de dar una guía para futuros proyectos y en que en el caso hipotético de que se cree un consultorio de asesoría en comercio exterior se cuente con un pequeño punto de partida para analizar. Cabe mencionar que la finalidad de este seminario no es adentrarse en estos detalles y por ende no se hará una mención profunda al respecto.

INTRODUCCIÓN

En un mundo competitivo es esencial que los y las estudiantes salgan de la universidad con la experiencia necesaria para lograr insertarse en el ambiente laboral, además es responsabilidad de la casa de enseñanza y del estudiante mismo conocer el mundo en el que se desenvuelve su carrera, es decir su realidad social, por los puntos anteriores es que nace la presente investigación.

El resultado del presente seminario busca analizar los servicios de asesoría en comercio exterior, que imparten estudiantes universitarios de carreras avanzadas a personas y mipymes, bajo este objetivo se estudian ejemplos de éxito en Costa Rica específicamente en la Universidad de Costa Rica (UCR) y en diferentes partes del mundo.

La importancia de la investigación se explica con cuatro pilares, los cuales son el compromiso de la UCR con la sociedad, la responsabilidad de las carreras de formar profesionales capaces de insertarse plenamente en el ambiente laboral, los casos de éxito de programas existentes, tanto dentro como fuera de la UCR y finalmente, el cuarto pilar que consiste en la búsqueda de la excelencia humana.

A. Objetivos

En este seminario se presentaron una serie de aristas que se entrelazaron para permitir analizar los cambios en la asesoría y como estos se involucraron en el comercio exterior y las universidades. El objetivo general y sus diferentes objetivos específicos marcaron un norte claro para la correcta elaboración de la investigación.

El objetivo general del seminario se analizó los servicios de asesoría en comercio exterior brindados a personas y mipymes mediante espacios dedicados a la asesoría adscritos a universidades.

Los objetivos específicos fueron la estructura base en el proceso, cada uno de estos objetivos se desarrollarán en las secciones de la investigación, estos se mencionan a continuación.

- i. Describir los fundamentos y el entorno de los programas de asesoría adscritos a Universidades a nivel internacional.
- ii. Examinar la formación del capital humano y las características de los programas de asesoría que se presentan en la carrera de Derecho y Psicología de la Universidad de Costa Rica sede Rodrigo Facio, así como el perfil de estudiantes que cursan carreras relacionadas al comercio exterior, como Administración Aduanera y Comercio Exterior, Dirección de Empresas, Economía.
- iii. Diagnosticar las necesidades de las personas y mipymes que califican como posibles beneficiarios de los servicios de asesoría en comercio exterior.
- iv. Analizar los beneficios generados a las mipymes y personas emprendedoras que reciben asesoría, así como a los estudiantes y profesores que participan en los programas de asesoría en comercio exterior adscritos a Universidades.

B. Planteamiento del Problema

En la actualidad, debido al auge de las relaciones comerciales y el desarrollo del comercio, las empresas de asesoría en comercio exterior cada vez ofrecen una mayor gama de servicios. Las universidades no han sido la excepción, desarrollando programas de asesoría en el seno de sus facultades.

Debido a este desarrollo es que se planteó analizar los programas de asesoría en comercio exterior adscritos a universidades y las diferentes derivaciones que estos generan tanto para las personas, mipymes y para todos aquellos estudiantes de las carreras relacionadas al comercio exterior de la Universidad de Costa Rica, sede Rodrigo Facio.

Por lo tanto, el presente trabajo busca responder a la interrogante de: ¿Qué necesidades de asesoría de las personas emprendedoras y mipymes se logran suplir mediante el establecimiento de estos programas?

C. Justificación

La presente investigación se basó en cuatro pilares fundamentales, los cuales respaldan el interés por analizar los servicios de asesoría en comercio exterior adscritos a universidades, tomando como objeto de estudio a la Universidad de Costa Rica, sede Rodrigo Facio.

El primer pilar es el compromiso de la Universidad de Costa Rica con la sociedad, como una entidad formadora de profesionales y desarrolladora de conocimiento. Como segundo pilar se plantea la responsabilidad de las carreras de formar profesionales capaces de insertarse plenamente en el ambiente laboral.

El tercer pilar son los casos de éxito de programas existentes, tanto dentro como fuera de la Universidad de Costa Rica. Y finalmente, el cuarto pilar se basa en la búsqueda de la excelencia humana y desarrollo del capital humano.

A continuación se va a desarrollar cada uno de los pilares citados anteriormente, esto con la finalidad de permitir una mayor comprensión de los mismos.

1. Pilar I: Compromiso de la Universidad de Costa Rica con la sociedad

La Universidad de Costa Rica desde su inicio, fue concebida como una entidad encargada de fomentar el apoyo y desarrollo de la sociedad mediante la formación de profesionales, este tema se destaca en la misión y la visión expresada en el portal electrónico de la universidad.

Para la Universidad de Costa Rica, la actividad primordial debe encaminarse a propiciar el avance del conocimiento en su máxima expresión y responder, de manera efectiva, a las necesidades que genera el desarrollo integral de la sociedad. Desde esta perspectiva, su producción permanente, permite alcanzar niveles de excelencia en la formación de profesionales, que a su vez actúan como difusores y agentes de cambio en la comunidad en general (Universidad de Costa Rica, 2014).

Como se menciona, la universidad es un agente de cambio comunal, en el proceso de cumplir con este objetivo se han desarrollado diferentes programas con impacto social,

dentro de los cuales se menciona el programa de voluntariado, donde los estudiantes de distintas carreras de la institución trabajan en las comunidades en su tiempo libre.

Existen además, en las diferentes carreras, módulos, centros de atención integral y consultorios jurídicos, creados con el fin de ayudar a fomentar el bienestar de la comunidad. En ellos los y las estudiantes practican sus conocimientos apoyando en casos, ya sean jurídicos, psicológicos o módulos de prácticas en hospitales y escuelas, atendiendo pacientes como es el caso de las carreras de enfermería y medicina.

El esfuerzo hecho por la universidad para apoyar a la sociedad no es solo la creación de proyectos, sino que también intenta crear profesionales más comprometidos y mejor preparados. En este tema se resalta el esfuerzo por la búsqueda de acreditaciones otorgadas por parte del SINAES y entes extranjeros, de acuerdo a lo mencionado en la sección solemne por el Rector Dr. Henning Jensen Pennington, quien indicó textualmente lo siguiente.

La educación no tiene solo como función la movilidad económica, sino que también es necesaria para establecer un compromiso social con la comunidad. En este sentido, subrayó que la Universidad de Costa Rica, asume su papel de liderazgo con la sociedad costarricense y que con las acreditaciones y reacreditaciones pone en evidencia su compromiso con la calidad de la educación que imparte (Costa Rica On.com, 2012).

Tomando en cuenta lo mencionado por el rector, dentro la UCR existen varias carreras acreditadas. En la presente investigación, se hizo referencia a la asesoría en comercio exterior, por ende es importante resaltar que la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior, es actualmente la única en el país que cuenta con una acreditación por parte de SINAES durante los próximos seis años.

2. Pilar II: Capacidad de los estudiantes de insertarse al ambiente laboral

Este pilar se basó en formar profesionales capaces de entender el ambiente nacional real y desenvolverse en su área, debido a lo anterior, algunas carreras han combinado la enseñanza teórica con la parte práctica, logrando así un balance en el aprendizaje,

con el objetivo de que los estudiantes se gradúen con algún grado de experiencia profesional y se inserten de mejor manera en el ambiente laboral.

La intención de la educación superior en formar profesionales multidisciplinarios obtiene relevancia cuando se estudia la cantidad de desempleo actual en el país. Según la encuesta de Indicadores del Mercado Laboral para el año 2012 se encontraban 221 855 personas desempleadas; de esa totalidad, las personas con títulos universitarios pasaron del 6.2% en el último periodo del 2011 al 9.45% en el primer trimestre del año 2012¹.

Las edades más comunes en las que se encuentran las personas desempleadas van desde los 24 a los 35 años, pero lo más importante de las estadísticas es que para el segundo semestre del 2012, se contaba con 24 231 personas desempleadas debido a la falta de experiencia laboral.

El reflejo de las estadísticas plantea que los estudiantes con grado universitario, pero sin experiencia laboral, siguen encontrándose en desventaja frente a aquellos profesionales que sí la poseen.

3. Pilar III: Casos de éxito en la Universidad de Costa Rica

El principal caso de éxito con el que cuenta la Universidad de Costa Rica se ubica en la Facultad de Derecho y se denomina: “Consultorios Jurídicos”; en éstos los estudiantes brindan apoyo a personas de la comunidad, de escasos recursos, que no les es posible pagar un abogado.

Relacionado con este tema, se resalta lo mencionado por el señor Pérez Vargas, Víctor.

...Gracias a la iniciativa de unos pocos abogados que tienes eso que se llama” conciencia social, los consultorios jurídicos, que ayer fueron tan solo un proyecto, hoy son una realidad. Además de que constituyen una forma mediante la cual la Universidad, y más concretamente, la Facultad de Derecho, se proyecta sobre la comunidad, dan al

¹ Esta estadística no hace referencia a ninguna carrera universitaria en específico

estudiante una si no hubieran atendido los juicios y las consultas exigidas en los consultorios, sin ninguna experiencia profesional oportunidad que nunca antes tuvo: practicar su futura profesión bajo la asistencia y guía del maestro”. Muchos estudiantes, como afirma el señor Decano, se habrían graduado (Pérez, 1969 pág. 251)

El proyecto que inició hace muchos años como un plan piloto, es ahora un ejemplo de éxito que se ha replicado con grandes expectativas, no solo en el Valle Central, sino que también en otras regiones de Costa Rica.

4. Pilar IV: Búsqueda de excelencia y desarrollo del capital humano

Las universidades cuentan con un compromiso social de proveer capital humano capacitado para desarrollar los conocimientos adquiridos y que se encuentre disponible para desenvolverse en el ambiente laboral y productivo de los países, por lo cual, tanto estudiantes como profesores buscan alcanzar altos estándares de calidad, respaldados en la mayoría de los casos por acreditaciones.

Se reconoce que mediante los espacios de asesoría adscritos a universidades, se brinda a los estudiantes, la posibilidad de enfrentar situaciones similares a las que se encontrarán cuando se inserten en el mercado laboral, así mismo se provee al alumno de una visión más completa de la realidad nacional en su campo de acción.

Por lo tanto, el presente seminario busca responder a la interrogante de ¿Qué necesidades de asesoría de las personas emprendedoras y mipymes se logran suplir mediante el establecimiento de estos programas?

El seminario consta de cinco capítulos que se detallan a continuación;

Capítulo I: la propuesta, busca introducir al lector al tema de la investigación, en este se ubica el problema a investigar, y se da una explicación breve que indica por qué la elección de este y su importancia, culminando con la pregunta de investigación. Seguidamente se hace mención a los pilares que sostienen la investigación a los cuales ya se hizo referencia, el marco contextual y las teorías son los últimos puntos bajo los cuales se logra establecer y delimitar la presente investigación.

Capítulo II: hace referencia a los antecedentes de la asesoría y cómo estos se han ido desarrollando a través de la historia, la idea es brindar un acercamiento y contextualización del tema y que el lector obtenga herramientas para que formen su propio criterio con relación a la investigación. Inmediatamente después se presenta el estudio de casos de asesoría relacionados al comercio exterior fuera de las fronteras costarricenses, brindado o no por estudiantes en universidades, entre los ejemplos estudiados se encuentran Colombia, España, México y Australia, con esto se buscó conocer la manera de trabajar, la formación de personal y la estructura, con el fin de contar con una base y conocer la forma de trabajo fuera de nuestras fronteras.

Capítulo III: intenta adentrarse al funcionamiento y desarrollo de programas donde los estudiantes brindan asesoría como parte de su desarrollo profesional específicamente en la Universidad de Costa Rica, por ejemplo consultorios jurídicos y psicológicos, los cuales son programas exitosos y llevados a cabo por la comunidad estudiantil de su carrera, además en este capítulo estudia el perfil del estudiante que participa en estos programas y las características del capital humano.

Capítulo IV: se enfoca el estudio en las necesidades de las empresas y personas que trabajan en comercio exterior, ya que serán los posibles beneficiarios.

Capítulo V: se busca conocer los principales beneficios que obtiene tanto el público meta, así como aquellos que participan como asesores de los programas adscritos a universidades.

CAPÍTULO I - UN BREVE ACERCAMIENTO A LA INVESTIGACIÓN

El presente apartado permitirá un acercamiento al panorama general de la investigación, este consta de secciones tales como conceptualización de la investigación, y por último los fundamentos teóricos, desde la perspectiva educativa y comercial que cimientan la presente investigación.

A. Marco Referencial

El análisis de los servicios de asesoría en comercio exterior, tanto para personas como para empresas, engloba una serie de elementos, instituciones y conceptos que permiten entender de manera clara y precisa los alcances del presente seminario.

Primeramente, según Stanton, Etzel y Walker (2004), se tiene la definición de servicios como: “actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades” (p. 333).

Por su parte, el autor, Richard L. Sandhusen (2002), indica que los servicios son “actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo” (p.385). Finalmente, Charles Lamb, Joseph Hair y Carl McDaniel (2002), señalan que “un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente” (p.344).

Según lo indicado anteriormente por los autores, se tiene que para efectos del presente seminario, los servicios se consideran como actividades intangibles, imposibles de transportar o almacenar, surgen como resultado de esfuerzos humanos con el fin de satisfacer las necesidades o deseos de las personas y se ofrecen a un bajo costo o gratuitamente.

Por otra parte, como concepto principal a desarrollar en la presente investigación es el concepto de asesoría, el cual según Carlos García y Julián López (1997) es “una interacción en dos sentidos, un proceso de buscar, dar y recibir-ayudar. El asesoramiento se dirige a ayudar a una persona, un grupo, una organización o un sistema más grande para movilizar los recursos internos y externos con objeto de resolver las confrontaciones con problemas y ocuparse de esfuerzos de cambio”.

Para el desarrollo de la presente investigación, se plantea la definición de asesoría como una actividad por medio de la cual, se busca brindar apoyo a las personas que requieran ayuda para el desarrollo de actividades en los diferentes temas de comercio exterior.

Para los efectos del presente seminario, se entiende por servicios de asesoría aquellas actividades intangibles que se brindan, ya sea de forma remunerada o no, a aquellas personas que requieran apoyo para el desarrollo de actividades relacionadas con el comercio exterior.

El concepto espacios de asesoría adscritos a universidades es otra de las aristas que debe definirse. Tal como lo mencionan la mayoría de los reglamentos o leyes que regulan a dichos programas, se entenderá que un programa está adscrito a una universidad en el tanto que haya sido creado en el seno de una universidad; es decir por una facultad, escuela o carrera que se encargue de velar por el cumplimiento, el presupuesto, el capital humano y desarrollo del programa.

Dado que el eje temático del proyecto es sobre la asesoría específicamente en la rama de comercio exterior, se debe aclarar que por comercio se entiende, según lo establecen los autores Nuri Rodríguez y Carlos López (s.f): a “la intermediación entre la oferta y la demanda de mercaderías, con el objetivo de obtener un lucro”.

Por otra parte, Wilhelm Lexis (1929), en su libro “El comercio” indica que “se entiende por comercio en sentido estricto la compra de mercancías o efectos para su reventa, hecha de modo habitual y sin introducir regularmente modificaciones en la forma o substancia de dichos bienes” (p.2).

Para los efectos del presente proyecto, el término comercio no se estudió a nivel local; es decir, se trabajó con la definición de comercio exterior, el cual, según el autor citado anteriormente corresponde al: “intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de

mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional” (W. Lexis, 1929, p. 91).

Adicional a lo mencionado anteriormente y para efectos del presente documento, el concepto de comercio exterior engloba dentro de sí diversos aspectos de tipo aduanero, legal y logístico.

Por aspectos aduaneros se entienden aquellos en los que media la presencia de una aduana: el cual es “aquel lugar establecido generalmente en las áreas fronterizas, puertos y ciudades importadoras/exportadoras cuyo propósito principal es contralar todas las entradas y salidas de mercancía, los medios en los que son transportadas y los trámites necesarios para llevarlos a cabo” (Ley General de Aduanas, 2003, p.7).

Por otra parte, al hacer referencia a los aspectos legales, se tomaron en cuenta, por ejemplo: reglamentos, leyes, directrices, normas, acuerdos, que rigen el comercio exterior. Además, relacionado con los aspectos logísticos, se puede citar por ejemplo: estudios de mercado, medios de transporte, empaque, embalaje, *Incoterms* y demás que inciden en el comercio exterior.

Los servicios de asesoría en aspectos relativos al comercio exterior, estarán dirigidos tanto a personas como a empresas del tipo mipymes. Por personas este seminario se delimita a establecer que serán aquellas entidades físicas emprendedoras que aún no han logrado formalizar una empresa, pero que cuyas operaciones se desarrollan en el ámbito del comercio exterior.

Respecto al concepto de empresas, se tiene primeramente la definición según el autor Ricardo Romero (1997), el cual en su libro Marketing, las define como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela" (p.9).

Por otra parte, de acuerdo con el Sr. Simón Andrade (2005), la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios" (p.257).

Las empresas objeto del presente seminario son las mipymes, las cuales son definidas como “toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica” (Pymes Costa Rica, Ventanilla Única Pyme, 2014).

La clasificación de empresas mipymes, se puede dar por diversos factores, tales como la cantidad de trabajadores que laboran en la compañía, o el volumen de sus ingresos anuales. En países como Chile, por ejemplo, la clasificación por cantidad de trabajadores aplica de la siguiente manera, las pequeñas empresas están constituidas por 1 – 50 trabajadores, y las medianas por 51-200 trabajadores (Clasificación Pyme, Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), 2015).

Otro ejemplo de clasificación de mipymes, es la que se determina en España, en este caso, tal como lo expone Juan García en su blog “Clasificación de empresas por tamaño: Pymes y MiPymes”, se cuenta con un modelo utilizado desde el año 2005, y que se basa en diferenciar cada tipo de empresa según la cantidad de trabajadores y su volumen de negocio.

Para este caso, las microempresas serían aquellas que con menos de 10 trabajadores o un volumen menor a los dos millones de euros, las pequeñas empresas cuentan con menos de 50 trabajadores o un volumen de negocio inferior a los 10 millones de euros. Finalmente, las medianas empresas serían las que cuenten con menos de 250 trabajadores o un volumen de negocio que no supere los 50 millones de euros (Ámbito Financiero, Clasificación de empresas por tamaño: Pymes y MiPymes, 2012).

En referencia al caso en Costa Rica, el tamaño de una empresa y su respectiva clasificación, se determina mediante la ponderación matemática de una fórmula que las clasifica según actividad empresarial, y que contempla el personal promedio contratado en un período fiscal, el valor de los activos, el valor de ventas anuales netas y el valor de los activos totales netos.

Una vez se haya realizado la operación y cuando se cuente con el resultado de dicha fórmula, la empresa se clasifica como microempresa (resultado igual o menor a 10), pequeña empresa (resultado mayor a 10 pero menor o igual a 35) y mediana empresa

(resultado mayor que 35 pero menor o igual a 100). (Pymes Costa Rica, Ventanilla Única Pyme, 2014).

La importancia de desarrollar y contextualizar cada uno de los conceptos citados anteriormente, radica en que permite obtener una mejor concepción y tener una visión más clara de lo que se va a desarrollar en secciones del presente seminario, es importante que cada concepto y la forma en que el mismo fue desarrollado sea considerado al momento de leer las siguientes secciones para así lograr una mejor comprensión de las mismas.

B. Referentes teóricos

A lo largo del siguiente apartado, se desarrollarán dos perspectivas cuyos planteamientos se encuentran ligados al desarrollo del presente seminario, estas teorías están enfocadas a su vez, en dos perspectivas: la educativa y la de comercio exterior.

1. Perspectiva Educativa

El aprendizaje es una variable resaltada en tesis de escritores como lo menciona Miguel Zapata (2012): “El aprendizaje es el proceso o conjunto de procesos a través del cual o de los cuales, se adquieren o se modifican ideas, habilidades, destrezas, conductas o valores, como resultado o con el concurso del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento o la observación” (p.5).

La experiencia, como se menciona, es una forma de pulir aquellas habilidades que se aprenden dentro de un aula y que deben desarrollarse aún más cuando se sale a la vida cotidiana. En este caso a nivel profesional, Feldman (citado en Zapata, 2012), señala que: “el aprendizaje es un proceso de cambio relativamente permanente en el comportamiento de una persona generado por la experiencia” (p.6).

En el proceso de formación de un profesional es fundamental poner en práctica la teoría, ya que esto le permite internalizar los conocimientos adquiridos. Debido a que la naturaleza del objeto de estudio es la asesoría desde el proceso de aprendizaje se debe hacer mención de la teoría del constructivismo.

La teoría del constructivismo social nace debido a Lev S. Vigotsky, Jean Piaget, Bruner y Baldwin, siendo ellos los investigadores que escribieron historias largas y distinguidas del tema.

Esta teoría se basa en que el individuo es una construcción propia que se va produciendo como resultado de la interacción de sus disposiciones internas y el medio ambiente y, por tanto, su conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción que hace la persona misma. Esta construcción resulta de la representación inicial de la formación y de la actividad, externa o interna que desarrollamos al respecto (Chadwick, 2006, p. 112).

La teoría propone que el estudiante interiorice, cree, acumule conocimiento mediante una participación activa, construyendo desde la experiencia y la información que recibe del medio que lo rodea, es un conocimiento compartido que se genera en el ámbito social en el que se desenvuelve.

La teoría se basa en tres ideas fundamentales según el libro “El constructivismo en el proceso de aprendizaje” en este se indica como primera idea que el estudiante es responsable último de su propio proceso de aprendizaje, es decir, es el sujeto activo que construye su conocimiento, como segunda idea es que la actividad mental constructiva se aplica a contextos que poseen un grado considerable de elaboración, esto quiere decir que el conocimiento es de construcción social, lo absorben la sociedad y lo reconstruye para su propio conocimiento, como tercera idea esta que el docente se encarga de engarzar los procesos de construcción del alumno con el colectivo, el docente no crea condiciones óptimas, sino que orienta y guía la actividad.

En Costa Rica, y en general a nivel internacional, un profesional debe tener características multidisciplinarias, como respuesta a los retos del mercado. Con respecto al tema Jerome Bruner (citado en Zapata, 2012) hace referencia a un planteamiento sobre el aprendizaje: “aprendizaje como un proceso de descubrimiento”, los conocimientos se le presentan al individuo como un reto, una situación de desafío que lo induce, le provoca, el desarrollo de estrategias para la resolución de problemas y la transferencias de estas resoluciones a nuevas situaciones problemáticas de rasgos semejantes pero en contextos distintos”.

Como lo menciona Bruner, el aprendizaje que representa un reto conlleva a generar en los estudiantes habilidades de resolución de conflictos. En este tema las Escuelas de Psicología y Derecho de la Universidad de Costa Rica se ponen a la cabeza, ya que ellas

apuntan a ubicar a sus estudiantes fuera de la zona de confort habitual, conocida como aula, y los enfrentan a casos reales mediante los consultorios, donde atienden a ciudadanos de la comunidad bajo la guía del profesor.

El apoyo social según Shumaker y Brownell (1984) “es el intercambio entre al menos, dos individuos, con el objetivo, percibido por el proveedor o el receptor de incrementar el bienestar del receptor” (p.11). El apoyo que la universidad pueda brindarle a los estudiantes es fundamental, ya que además de ser una institución formadora de profesionales, es un pilar de movilidad social, brindando las herramientas para mejorar o defenderse a los ciudadanos.

2. Perspectiva de comercio exterior

A nivel de comercio exterior han surgido muchas teorías las cuales suelen ser muy rígidas. La experiencia práctica y el constante desarrollo de negociaciones muestran que el comercio exterior a nivel mundial se encuentra en un constante crecimiento y cambio, exigiendo a los profesionales ser más preparados para afrontar los retos diarios.

El comercio actual interactúa en un mundo donde se buscan preferencias arancelarias y no arancelarias entre países; por ejemplo, la firma de Acuerdos de Libre Comercio y Acuerdos de Asociación, además de la cambiante normativa aduanera y los procedimientos a seguir. La Organización Mundial del Comercio en su estudio: Informe sobre el comercio mundial (2013), menciona: “Las preferenciales entre países y grupos de países han aumentado tanto en número como en ambición” (p.75).

Estos cambios y ambiciones destacados por la Organización Mundial del Comercio (OMC) dejan al descubierto que las empresas cada día deben de contar con una visión más amplia para lograr el éxito dentro de un mercado competitivo. Según lo menciona Domingo Ribeiro Soriano (2005).

La dirección de la empresa en estos últimos años se ha visto presionada por un entorno hostil, en donde el efecto más destacable es que las técnicas de gestión y los modos de dirección convencionales se muestran ineficaces para orientar a la empresa en el entorno en viene actuando (p.xiii).

Según Ribeiro, el tener un método convencional para solucionar los problemas no siempre es efectivo, sino que también debe apuntarse a la innovación como una manera de buscar mejoras en la empresa. Para lograr tal objetivo, es de utilidad hacer uso de tecnologías de información y el asesoramiento oportuno por parte de profesionales.

El dinamismo que ha tomado el comercio es tal que influye tanto dentro como fuera de las fronteras, según lo mencionan Alma Espino y Paola Azar (2004) en la investigación: Comercio internacional y equidad de género. Alternativas de libre comercio e integración regional. Impactos sobre el mercado de trabajo en América Latina: “Las decisiones que se toman respecto al comercio, no sólo impactan en la operatoria de las economías nacionales a nivel global, sino que tienen efectos a escala local” (p.8)

Tal como lo mencionan Espino y Azar las decisiones comerciales no solo afectan la economía de un país, sino que también se ven reflejadas en el mercado laboral, en las pequeñas y grandes empresas dedicadas al comercio, en los hogares y por supuesto en el sector del gobierno.

El tomar decisiones comerciales puede tener aspectos positivos y negativos. El aspecto negativo es que los productores se ven afectados por el ingreso de mercancías a menor costo del extranjero, con las cuales no pueden competir, ya que por alguna razón no logran optimizar sus recursos.

Por otra parte, si toman decisiones acertadas, se logran beneficiar por la compra de insumos más baratos que se pueden importar si cuentan con las herramientas y el conocimiento adecuado. Es bajo este tema que se resalta la importancia del asesor comercial, y el papel preponderante que juega para lograr llevar al éxito a las empresas mediante su apoyo y diagnóstico oportuno.

Es en este punto, donde las universidades inician con su participación. El desarrollo de un ambiente práctico en el cuál los estudiantes puedan desenvolverse e incrementar las habilidades adquiridas en la clase, es tema de estudio por parte de los investigadores.

Los cambios son parte fundamental de las carreras y específicamente en el tema del comercio exterior ya que deben adaptarse al entorno en que se desenvuelven. En este aspecto muchos empresarios no cuentan con el tiempo suficiente para informarse de los cambios ocurridos y otros no entienden el lenguaje técnico de los textos de carácter

oficial. Por tal motivo, es importante estudiar la asesoría dentro de la universidad y específicamente en comercio exterior, ya que se debe contar con un estudiante capaz de poner en práctica los conocimientos ante casos reales.

Se concluye con la necesidad de analizar ejemplos de consultorios que se desarrollen a nivel internacional y que se imparten en el seno de universidades, con el fin de entender el funcionamiento, aspectos generales, entre otros importantes elementos que los componen.

CAPÍTULO II - FUNDAMENTOS Y ENTORNO DE LOS PROGRAMAS ADSCRITOS A UNIVERSIDADES A NIVEL INTERNACIONAL

El presente capítulo busca brindar una ubicación respecto al tipo de asesoría que se analizará a lo largo del presente seminario y cómo esta se ha desarrollado, es decir sus orígenes y variaciones a lo largo de los años.

Al iniciar fue importante tener presente los conceptos y demás elementos que engloban a los servicios de asesoría en comercio exterior, lo que proveerá un punto de partida para comprender los programas de asesoría adscritos a universidades.

Sin duda alguna, el eje central del presente apartado fue analizar casos exitosos de consultorios adscritos a universidades que se han desarrollado a nivel internacional, el objetivo fue recalcar las características principales de estos modelos, tales como orígenes, misión, visión, población beneficiada, objetivos generales y específicos, impacto en la comunidad estudiantil, proyección social, servicios ofrecidos, políticas de funcionamiento, entre otras.

A. Breves antecedentes de la universidad y de la asesoría internacional

La institución universitaria tiene sus orígenes en la Edad Media y surge debido a un proceso de transformación social y cultural vivido en Europa al final de las invasiones bárbara (Bernheim, 2003, p.15). A pesar de que esta tesis es aceptada, es importante mencionar que en el mundo se gestaron también otras entidades educativas con diferentes orígenes por ejemplo los griegos, romanos, arábigos, chinos, entre otros.

Se destacan los asiáticos con las escuelas Brahmánicas² dando pie a la educación budista y los chinos con la invención del papel y la imprenta aportando al desarrollo de la escritura (Bernheim, 2003, p.15). Las primeras universidades con una estructura formal nacen en Bolonia y París, donde la enseñanza utilizada era conocida como la magistral y el alumno era considerado el aprendiz, este modelo se esparció por toda Europa (Gonzalez, 1997, p.1).

Las universidades han logrado sobrevivir al paso del tiempo gracias a su capacidad de adaptación, se pasó de la enseñanza de la religión y la filosofía, a la educación de los números, ciencias y letras. Actualmente, cada una de esas áreas se especializa y da vida a las diferentes carreras que se imparten. Cada profesión evoluciona y cambia dependiendo de las necesidades de la sociedad y la influenciada del fenómeno de la globalización, donde se acortan las distancias y la tecnología avanza sustancialmente, se resalta:

El mejoramiento substancial de nuestra competitividad implica, entonces, conocimiento, tecnología, manejo de información, destrezas; significa elevar la calidad de nuestros sistemas educativos y la preparación de nuestros recursos humanos al más alto nivel posible, formar la "inteligencia científica" de nuestros países", Competitividad implica incorporar el progreso técnico a la actividad productiva. La competencia actual deja de ser entre empresas y sistemas económicos: En realidad, es la sociedad entera, el país mismo, quien compete y no solo el sector empresarial. (Bernheim, 2003, p.112), Bernheim cita a Gómez (1998) quien indico que la carrera económica y geopolítica del siglo XXI, es una carrera entre los sistemas educativos.

La competencia de los sistemas educativos señalada anteriormente ha logrado evolucionar los métodos de enseñanza hacia un modelo teórico-práctico. Esta competencia se refleja en los programas de investigación, la búsqueda de inclusión en sistemas de acreditaciones tanto nacionales como internacionales, alianzas con otras universidades, la búsqueda de intercambios de estudiantes y la creación de espacios para prácticas profesionales, logrando un mayor nivel en la preparación de los estudiantes.

² Según texto Aprender a ser de la Organización de las Naciones Unidas del año de 1973 en su p.54 indica que la Universidad Brahmánica nace en la India y es la primera universidad conocida en el mundo, estudiaba la filosofía y la religión, pero también las matemáticas, historia, astronomía y hasta de las leyes de la economía.

Para lograr crear una preparación integral se han abierto espacios tales como centros y programas en las universidades donde los estudiantes ayudan en casos reales mediante el asesoramiento. La asesoría como tal, ha sido una realidad en constante cambio debido a que es relativamente reciente.

La investigación “La consultoría: una propuesta de trabajo para el profesional en administración de empresas y el empresarismo”, resalta que la asesoría dio sus primeros pasos a finales del siglo XIX con el inicio de la Revolución Industrial; en un principio la asesoría tenía un enfoque organizacional que ofrecía criterios técnicos para la simplificación y aumento de la producción en las fábricas (Martínez, Vega, Toro, Sanin, y Alzate 2005, p.762). Esta era conocida como la formulación de la organización científica del trabajo.

En la investigación anterior se nombran una serie de empresas norteamericanas como las primeras en temas de asesoría, destacando: Booz Alien y Hamilton; A.D. Little; Mckinsey Consulting; y Andersen Consulting. Estas luego serían las encargadas de expandir e insertar la práctica al mercado europeo, en ese momento solo el Gobierno y las grandes empresas tenían acceso a las asesorías, las pequeñas empresas no eran tomadas en cuenta (Martínez et al., 2005, p.762).

Es posible entender que la Revolución Industrial dio paso a una explosión empresarial donde las empresas comenzaron a realizar pruebas y cometer errores, estas pruebas con métodos desorganizados dejaron muchos vacíos que impulsaron a profesionales a ofrecer sus servicios como asesores empresariales en otros campos que no fueran los organizacionales.

El siglo XX trae consigo cambios en el enfoque de la asesoría, la sociedad comienza a fomentar los derechos laborales y las percepciones humanistas, diversificando el servicio (Martínez et al., 2005 p.762). Del análisis de la historia se resalta que a partir de este período es que se forja la asesoría actual.

El proceso de evolución fue lento y se basa en factores políticos y económicos, para el año 1960 influyen los avances tecnológicos y el crecimiento comercial, sin embargo una década después, las empresas asesoras deben de reestructurarse por la baja en la demanda de sus servicios, y ya para el año 1990 las empresas estaban listas para

afrontar las firmas de tratados de libre comercio y la globalización (Martínez et al., 2005, p.763).

Es gracias a los cambios vivido en los años de 1900 a 1990 en el mundo, que la asesoría comienza a ser estratégica, informativa y científica (Kipping, M. 2003 p.29). En consecuencia, las empresas de asesoría buscaron la especialización dividiéndose en varias áreas.

- i. las grandes oficinas de asesoría multifuncionales;
- ii. empresas importantes de contabilidad que prestan servicios de asesoramiento empresarial;
- iii. oficinas de asesoría pequeñas y medianas;
- iv. asesores independientes;
- v. los "profesores asesores";
- vi. servicios de asesoría de instituciones de formación de personal; y
- vii. suministradores no tradicionales de servicios de asesoría (Martínez et al., 2005).

Dado el proceso de evolución y especialización que han tenido las universidades y la asesoría, se ha logrado una sinergia entre ambas, misma que inicia cuando las universidades comienzan a utilizar la asesoría de un profesor para lograr enseñanza integral, ya que los estudiantes deben contar con características fundamentales entre las que se destacan el conocimiento y experiencia en lo que se va a analizar, capacidad para resolver problemas, ser analítico, capacidad de comunicación oral y escrita y generar seguridad (Velázquez, 2012, p.19-20).

La mayoría de estas capacidades son fomentadas dentro de las universidades, pero la experiencia y la seguridad son dos puntos que no pueden formarse más que en la práctica y con enfrentamiento de casos reales, resaltando la siguiente frase: "Nadie hace bien lo que no sabe, por consiguiente nadie nunca hará República con gente ignorante, sea cual fuere el plan que se adopte" (Beltran & Del Castillo, 2011).

La frase anterior permite plantear que los estudiantes deben contar con conocimientos de calidad, pero una calidad acercada a un entorno real, de nada sirve contar con profesionales titulados que no saben cómo realizar su trabajo una vez graduados.

Una vez comentados los antecedentes de la asesoría, la siguiente sección mostrará algunos ejemplos de consultorios adscritos a universidades, los cuales se encuentran actualmente en funcionamiento en diversos países del mundo, y además están relacionados al comercio exterior.

B. Programas adscritos a universidades a nivel internacional, relacionados con el comercio exterior

Los programas de asesoría adscritos a universidades se han desarrollado en distintos países de Latinoamérica y el resto del mundo cada vez con mayor fuerza, mejores alcances y proyección hacia las sociedades en las que se establecen, es por esta razón que se analizaron brevemente casos exitosos.

La finalidad de este breve análisis, fue detectar características tipo: origen del proyecto, población beneficiada, objetivos generales y específicos, impacto en la comunidad estudiantil, proyección social, servicios ofrecidos, políticas de funcionamiento, entre otras, que ayuden a entender a profundidad este tipo de asesoría.

Analizar la evolución que ha tenido la asesoría desde sus inicios, hasta llegar al tipo de asesoría adscrita a universidades, es una tarea que se refuerza con casos puntuales, que se han desarrollado a nivel internacional.

A continuación se analizarán algunos ejemplos de consultorios adscritos a universidades a nivel internacional, que se encuentran relacionados al área de comercio exterior.

1. Consultorio de Comercio Exterior (Icecomex), Universidad ICESI, Colombia

La Universidad ICESI en Cali, Colombia, cuenta con un espacio para brindar apoyo a empresas del país, esto mediante el Consultorio de Comercio Exterior (ICECOMEX). Según establece su portal electrónico, este consultorio fue creado en el año 2003, y desde entonces ha trabajado de la mano de empresarios de diversos sectores, con el propósito de brindarles un espacio que les permita conocer oportunidades de comercio internacional.

El consultorio nace como una idea de grado de cuatro estudiantes que se encontraban cursando los últimos semestres de las carreras de Economía, Negocios Internacionales y Administración de Empresas. Estos estudiantes, guiados por el Dr. José Roberto Concha, quien fue director del consultorio, fundaron el espacio dedicado a la atención de pequeños y medianos empresarios, esto sin dejar de lado que el consultorio también ofrece apoyo a estudiantes emprendedores, para que se animen a participar en el mercado internacional.

Este proyecto se desarrolla con el objetivo de ofrecer a las pymes colombianas acceso a información precisa y de calidad sobre temas de procesos de internacionalización, por medio de diversos servicios que se brindan de forma gratuita, ya que buscan fomentar la gestión exportadora de los empresarios colombianos, con la finalidad de lograr mayor competitividad en el entorno mundial (Universidad ICESI Colombia, 2014).

Dentro de los servicios que brinda este consultorio a los empresarios se encuentran: consultorías, visitas empresariales, foros informativos y publicaciones. En las asesorías se ofrece información de gran calidad, detallada y precisa respecto a temas de comercio exterior, enfocados a la necesidad de cada cliente. Por su parte, el foro se constituye de un espacio donde se exponen temas de actualidad mundial, con la presencia de expertos en la materia, quienes brindan información de calidad.

En lo que respecta a visitas, las mismas se realizan por parte de los funcionarios del ICECOMEX³ a las empresas colombianas que tengan potencial para exportar con el fin de desarrollar un acompañamiento que se ajuste a las necesidades específicas que se identifiquen en cada empresa. Por último, las publicaciones son realizadas por miembros del ICECOMEX en los periódicos nacionales y regionales, sobre temas relacionados con la actualidad del comercio y los negocios.

El ICECOMEX posee además convenios con diversas entidades con el fin de contribuir a su propio mejoramiento, y a ampliar los beneficios de todos sus usuarios. Dentro de

³ El consultorio cuenta con una página web (www.icesi.edu.co/icecomex), la cual sirve de herramienta para todos aquellos interesados en el proyecto, ya que permite realizar consultas virtuales, registrar empresas en la base de datos, consultar información respecto a foros, publicaciones entre otros.

algunas entidades con las que se cuentan convenios se pueden mencionar: Valle Internacional (una iniciativa de la Cámara de Comercio de Cali que en unión con sus aliados, brinda información sobre Tratados de Libre Comercio, con la finalidad de que las empresas puedan aprovechar las oportunidades derivadas de los mismos).

Por otra parte, el consultorio cuenta con un convenio con la Cámara de Comercio e Integración Colombo-China, en la cual, se fomenta el aprendizaje del idioma mandarín y se capacita tanto a los estudiantes de ICESI, como al personal de las empresas en torno a la comercialización de bienes y servicios entre las dos naciones.

2. Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Proexport, Universidad del Norte, Colombia

Otro ejemplo de programa de asesoría adscrito a un centro universitario es el denominado Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Proexport. Dicho Centro ha servido de apoyo a gran cantidad de empresarios en el proceso de internacionalización, gracias a sus servicios de información, capacitaciones y asesoría especializada en temas de comercio exterior, siempre tomando en cuenta a las capacidades y objetivos de cada uno.

Importante tomar nota que estos servicios son brindados principalmente a los exportadores, pero sin dejar de lado al público en general y empresarios que tengan potencial de exportadores.

El Centro también brinda servicios tanto para inversionistas, como para exportadores y empresarios de turismo, centrandose su trabajo en ejes como la atracción de inversión extranjera directa en Colombia, la promoción de las exportaciones no tradicionales en mercados con potencial, y el posicionamiento del país como destino turístico de talla mundial; sin embargo, para efectos del desarrollo del presente apartado, se abordará únicamente la asesoría a exportadores.

La misión de este Centro de información, tal como lo establece su portal electrónico, está enfocada a contribuir al crecimiento sostenible de Colombia, a la diversificación de mercados, a la transformación productiva, a la generación de empleo y al posicionamiento de Colombia a través de la promoción de las exportaciones de bienes no tradicionales y servicios, el turismo internacional y la inversión extranjera (Proexport, Misión, 2014).

La visión de Proexport es continuar siendo la organización modelo en Latinoamérica en promoción de exportaciones, turismo e inversión extranjera, para lo cual seguirá adaptando los servicios a las necesidades de sus clientes en Colombia y en los mercados internacionales. Buscan además enfocar sus fortalezas en la generación de empleo y la reducción de la informalidad, promoviendo la diversificación de los mercados y de los productos mediante el conocimiento y la innovación (Proexport, Visión, 2014).

Dentro de los servicios que brinda Proexport a los exportadores colombianos con la finalidad de promover las exportaciones se encuentran, por ejemplo, la formación en exportación, los estudios de mercado y principalmente su enfoque consiste en ofrecer asesoría especializada en requisitos, procedimientos, así como en trámites de exportación e importación (Universidad del Norte. Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Proexport).

Además de los servicios mencionados previamente, es importante señalar que Proexport cuenta con un portal para la promoción de exportaciones, denominado Colombia Trade⁴ al ingresar, los interesados podrán encontrar noticias sobre exportaciones, una herramienta interactiva para identificar oportunidades de negocio en diversos países del mundo, eventos, y diversas herramientas de apoyo al exportador colombiano.

Dos de las herramientas utilizadas por este Centro para desarrollar un espíritu exportador entre sus usuarios son las capacitaciones y talleres, mediante las primeras se utilizan los seminarios introductorios en los que se busca proporcionar a los emprendedores de las herramientas que les permitan iniciarse como exportadores. Los talleres por su parte, persiguen que los conocimientos sean puestos en práctica.

Respecto a los servicios de información mencionados previamente, Proexport ofrece datos actualizados sobre requisitos, procedimientos, vistos buenos, centro de documentación virtual, herramientas de consulta, bases de datos, estadísticas, entre

⁴ Portal Colombia Trade: <http://www.colombiatrader.com.co/>. Encuentre aquí: estadísticas, publicaciones, informes, entre otros.

otros, tanto por la vía digital como por medio de *Call Center*, atención telefónica y consultas en línea.

Finalmente, las capacitaciones son brindadas a través del “Programa de Formación Exportadora - PFE”, el cual, tal como establece su página web, está conformado por seminarios introductorios, especializados y prácticos, en temas de comercio exterior, servicios y turismo. Estos seminarios son dictados por asesores y consultores expertos con amplia trayectoria en procesos de exportación, que ofrecen herramientas para iniciar el camino a la internacionalización (Programas de Formación Exportadora (PFE), Colombia Trade, 2014).

3. Centro de Consultoría Empresarial, Universidad de Medellín

Este Centro se localiza en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Medellín. Según su portal electrónico, tiene como política impulsar la producción y gestión del conocimiento, utilizando como principal herramienta la proyección social.

Este Centro se especializa en atención a mipymes en áreas específicas, tales como contabilidad, administración y negocios internacionales, y además busca que el estudiante se desarrolle integralmente, esto al atender casos que lo insertan en la realidad del país y sus exportadores, misma que se enfrentará cuando se inserte al mercado laboral (CECE. Centro de Consultoría Empresarial)

Los objetivos de este Centro se detallan a continuación, tal como se mencionan en el portal electrónico. Su objetivo general es prestar servicios de asesoría y consultoría a las mipymes y famiempresas, en las áreas administrativa, contable, financiera, comercial, internacional, talento humano, en los aspectos de gestión, técnico y operativo (CECE. Centro de Consultoría Empresarial).

Diagnosticar la situación de las empresas al momento de solicitar el servicio, es uno de los objetivos específicos de este consultorio, así como formular planes de acción e intervención para las empresas, coadyuvar en la ejecución de los planes formulados y evaluar los resultados de los planes ejecutados.

4. ZEIKY: Centro de información y Asesoría en Comercio Exterior, Universidad de San Buenaventura, Colombia

Dentro de la Universidad de San Buenaventura, se encuentra el ZEIKY⁵, mismo que se crea producto de un convenio entre varias organizaciones e instituciones, en las que destacan Proexport Colombia, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre otros.

ZEIKY nace para apoyar la generación de una cultura colombiana orientada a la exportación, misma que promueve la oferta exportable del país; así como a la comunidad estudiantil universitaria, esto por medio de solución de consultas respecto a temas de comercio internacional en el campus universitario, con la finalidad de que los mismos logren incrementar su interés por la materia.

Dentro de los servicios que ofrece ZEIKY, y al que pueden acceder aquellos interesados se encuentran, el centro de información básica en comercio exterior, así como el de física y virtual, el *Contact Center*⁶, además del programa de formación exportadora y el semillero de empresas.

En los servicios de información básica de comercio exterior, se da información y asesoría sobre requisitos, procedimientos, vistos buenos y otros trámites de exportación e importación. El centro de documentación físico y virtual consiste en herramientas de consulta que apoyan al empresario en su proceso de investigación de mercados internacionales.

Por otra parte, el programa de formación exportadora consiste en seminarios especializados en temas de internacionalización y competitividad, que le ofrecen las herramientas necesarias para iniciar el proceso de exportación.

Finalmente, el programa semillero de empresas ofrece acompañamiento y seguimiento a las empresas con potencial exportador, brindando asesoría especializada en comercio exterior.

⁵ ZEIKY: Centro de información y Asesoría en Comercio Exterior.

⁶ Contact Center: Medio de contacto para ofrecer información básica de comercio exterior, a través del número telefónico 8861373 y el correo electrónico: gvillegas@ccc.orgco Día del visto bueno: Charlas y capacitaciones a los empresarios en los trámites relacionados con el proceso de internacionalización.

Según el portal electrónico, su misión consiste en brindar al público en general y especialmente a todos aquellos exportadores, reales y potenciales, el apoyo y asesoría necesarios en todos aquellos temas relacionados con el comercio exterior, con la finalidad de optimizar la promoción de la oferta exportable y apoyar la generación de cultura exportadora.

Por otro lado, su visión es consolidarse como la más importante red de centros de información y asesoría en comercio exterior del país, integrando el talento humano, la tecnología y los procesos bajo un concepto de calidad que satisfaga las necesidades del sector empresarial colombiano” (Facultad Ciencia Empresariales, Universidad Buenaventura, 2014).

5. Instituto para el Comercio Internacional, Universidad de Adelaide, Australia

Dejando de lado los ejemplos a nivel de América Latina, se tiene el caso del Instituto para el Comercio Internacional, el cual se estableció desde el pasado 2003 como parte de la Universidad de Adelaide, Australia. El mismo fue fundado por Andrew Stoler (actual Director Ejecutivo), gracias a una iniciativa universitaria impulsada.

El instituto de comercio internacional se dedica a promover estudios con la finalidad de brindar apoyo a aquellas personas que trabajan en la economía global de hoy en día, esto sin importar si se encuentran en las ramas de negocios, el gobierno o la universidad. Además, dado que el instituto se ubica dentro de una universidad, también trabajan en ejecutar y enseñar programas académicos como maestrías y doctorados en comercio internacional.

Este instituto se ha consolidado como una de las instituciones más importantes de Australia en lo que respecta a la capacitación, asesoría estratégica y asistencia práctica en relación con la ejecución de la política de comercio internacional. A manera de misión, el instituto se plantea promover un sistema de comercio abierto basado en normas internacionales y contribuir, de manera significativa, a la práctica de la política comercial internacional (Instituto para el Comercio Internacional, 2014).

Como un departamento dentro de la universidad, en ocasiones el instituto brinda la oportunidad a que los estudiantes más calificados y que cursan los grados más avanzados o postgrado, sean involucrados en los trabajos del instituto.

Según lo detalla su página web, el instituto cuenta con tres áreas alrededor de las cuales se centran sus principales actividades, las cuales corresponden a la entrega de contratos de investigación y consultoría especializada, incluida la investigación relacionada con el comercio, la prestación de asesoramiento estratégico sobre la política de inversión de negocios y estrategias de desarrollo sostenible.

Además, el diseño y ejecución de las actividades de formación de creación de capacidad y de negociación comercial adaptados a medida, y finalmente la entrega de los programas académicos centrados en el comercio internacional, derecho comercial y el desarrollo económico (Instituto para el Comercio Internacional, 2014).

Algunos ejemplos de los proyectos actuales y los realizados en el pasado por parte del instituto, igualmente detallados en la página web del mismo, incluyen el análisis del impacto de la adhesión a la OMC, estudios del impacto comercial de los acuerdos preferenciales y tratados de libre comercio, diseño y ejecución de la capacitación y formación de negociación comercial, asistencia técnica específica del país para los negocios, el gobierno y la sociedad civil, incluyendo la integración económica regional, entre otros (Instituto para el Comercio Internacional, 2014).

Retomando los programas educación y formación que el instituto de comercio internacional ofrece, se tienen los programas académicos de postgrado y la capacitación y desarrollo de capacidades, los mismos han sido enfocados a que tanto los estudiantes, funcionarios del gobierno, representantes de empresas, empleados de agencias internacionales y todos aquellos que trabajan en el comercio internacional, adquieran experiencia en economía, derecho internacional, política comercial, el desarrollo sostenible y los negocios.

La mayoría de los programas de formación y proyectos de investigación ejecutados por el instituto son comisionados o por contrato y dentro de los principales interesados se ubican los gobiernos nacionales y estatales, organizaciones internacionales y el sector privado.

C. Ejemplos de consultorios a nivel internacional que no están relacionados con el comercio Internacional

La sección anterior permitió conocer sobre las características con las que cuentan aquellos espacios de asesoría que se relacionan con el comercio internacional, sin embargo, la sección que se desarrolla a continuación, buscará dar a conocer algunos espacios que igualmente tienen lugar en universidades de distintos países de Latinoamérica y el resto del mundo, con la salvedad que estos consultorios no se relacionan con el comercio internacional.

El análisis que se desarrolla en cada consultorio citado esta sección persiguió la finalidad de dar a conocer características específicas que permitan entender y descubrir rasgos como el rigen del proyecto, la población beneficiada, los objetivos generales y específicos, el impacto en la comunidad tanto estudiantil como beneficiaria, proyección social, servicios ofrecidos, políticas de funcionamiento, etc.

A continuación, se darán a conocer algunos casos de consultorios adscritos a universidades a nivel internacional, que no se encuentran relacionados con el área del comercio exterior.

1. Consultorio Empresarial, Universidad los Llanos, Colombia

El Consultorio Empresarial consiste en un proyecto adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos en Colombia, específicamente a la Dirección de Proyección Social de esta Facultad. El mismo nació en el año 2010, y desde entonces ha enfocado sus esfuerzos en brindar servicios de emprendimiento, así como apoyo a proyectos e iniciativas que desarrollen tanto miembros de la propia Universidad, como egresados e inclusive empresarios como tal.

Tal como lo describe su misión, dentro de los servicios brindados por este consultorio se encuentran: prestar servicios de orientación y sensibilización en asesoría y consultoría, capacitación y cooperación en proyectos interinstitucionales; lo anterior brindando herramientas adecuadas para la toma de decisiones en el área administrativa, contable, económica y de mercadeo (Consultorio Empresarial, Misión, 2014).

Lo anterior se desarrolla con la finalidad de generar oportunidades de progreso tanto para los estudiantes como a los empresarios de la región, esto por medio de la atención de estudiantes y profesores, con capacidades en las áreas de atención anteriormente mencionadas.

Respecto a los objetivos del presente consultorio, y tal como se describen en su portal electrónico se tienen los siguientes.

- i. Ofrecer a todos los sectores económicos de la región, un servicio de consultoría y asesoría integral que contribuya al mejoramiento de sus actividades económicas;
- ii. Suministrar al interesado las herramientas técnico-administrativas necesarias para la toma de decisiones, acordes a las normas y prácticas legales vigentes;
- iii. Generar espacios con el fin de promover y desarrollar el emprendimiento en la creación de nuevas unidades de negocio y el fortalecimiento de las ya existentes;
- iv. Establecer mecanismos de cooperación interinstitucionales que permitan forjar relaciones de colaboración;
- v. Otorgar un espacio de opción de grado a los estudiantes de la Facultad, que les permita poner en práctica los conocimientos adquiridos durante su formación académica;
- vi. Ofrecer perfiles profesionales a través de la bolsa de empleo que permitan satisfacer la demanda laboral. (Consultorio Empresarial, Objetivos, 2014)

Los objetivos mencionados anteriormente dejan en evidencia la labor que realiza el Consultorio Empresarial por favorecer, no solo a los empresarios que reciben los servicios de asesoría y consultoría, sino también a aquellos estudiantes universitarios que participan y brindan dichos servicios, permitiéndoles poner en práctica sus conocimientos en los ámbitos respectivos y dar así un valor agregado a su perfil académico y profesional.

Según el portal electrónico del Ministerio de Educación de Colombia, en el año 2014 el Consultorio Empresarial, cuatro años después de iniciar su funcionamiento en Colombia, ha logrado convertirse en una unidad autónoma para continuar la labor que ha venido desarrollando a lo largo de estos años.

Tal como establece Sofía González, actual directora del Centro de Consultorio Empresarial: “esta independencia y autonomía permitirá abarcar más espacios y gestionar nuevos convenios, sin desconocer los proyectos como la Bolsa de Empleo, la Unidad de Emprendimiento y el convenio Bogotá Humana, que a la fecha continúan en desarrollo y ejecución” (Centro Virtual de Noticias de la Educación, Consultorio Empresarial cambia para continuar con su liderazgo en la región, 2014).

A futuro y como lo expone su visión, el consultorio busca posicionarse para el año 2015, como uno de los centros de apoyo más representativos para la comunidad académica y los sectores productivos, contribuyendo al mejoramiento continuo, tanto en sostenibilidad como en competitividad, y generando así valor agregado al sector empresarial (Consultorio empresarial, Visión, 2014)

Dentro de sus principales metas se encuentra posicionar a los profesionales de la Universidad de los Llanos, como los protagonistas activos del desarrollo económico y que sean ellos quienes contribuyan a los procesos innovadores de las empresas locales.

2. Convenios de Cooperación Educativa, Universidad de Málaga, España

Además de los casos de Latinoamérica, se tiene el caso de los convenios que han sido suscritos por la Universidad de Málaga en España, con diversas empresas consultoras. Esta serie de convenios son desarrollados por la Universidad de Málaga, a través del Vicerrectorado de Extensión Universitaria, quienes trabajan en la búsqueda nuevos convenios de colaboración con empresas que se dediquen a actividades que les permitan conseguir condiciones económicas y de servicios preferenciales para la Comunidad Universitaria.

Uno de los convenios, el cual fue suscrito el pasado 21 de Junio del año 2013, es denominado el “Convenio de Cooperación Educativa entre la Universidad de Málaga y la empresa *ACJ Moral Consultores* para la realización de prácticas externas de estudiantes universitarios”, el cual persigue el objeto de establecer un marco de cooperación entre ambas partes.

En el convenio mencionado se expone el interés de ambas partes en permitir a los estudiantes universitarios, aplicar y complementar los conocimientos que ya han sido

adquiridos en la formación académica, favoreciendo las competencias requeridas para el ejercicio de actividades profesionales, y fomentando a su vez, la capacidad de emprendimiento (Universidad de Málaga, 2013).

Con este acuerdo, los estudiantes se ven beneficiados, ya que les permite realizar prácticas externas tanto curriculares (actividades académicas) como extracurriculares (actividades de carácter voluntario), relacionadas con cualquier enseñanza que imparte la Universidad de Málaga, logrando así obtener una experiencia práctica en su área de estudio que facilitaría su inserción en el mercado laboral.

Según establece la tercer cláusula del contrato mencionado, todas aquellas actividades que realicen los estudiantes universitarios, producto de este convenio, serán guiadas y supervisadas por un tutor asignado de la empresa *ACJ Moral Consultores*, quien estipulará las funciones que deben ser realizadas por los estudiantes y les asistirá en los casos en los que sea necesario.

Otro de los convenios suscritos por la Universidad de Málaga con una empresa consultora, corresponde al llamado: "Convenio de Cooperación Educativa entre la Universidad de Málaga y la empresa *HRCS Team Building Marm Consultores* para la realización de prácticas externas de estudiantes universitarios"; el mismo fue suscrito el pasado 12 de Diciembre de 2013, en Málaga, España.

El objetivo con el que se suscribe el convenio mencionado en el párrafo anterior no difiere de lo indicado anteriormente, ya que persigue la finalidad de que los estudiantes tengan la posibilidad de realizar prácticas externas en las cuales les sea posible aplicar los conocimientos teóricos ya adquiridos previamente y les facilite su posterior empleabilidad.

Este convenio delimita la posibilidad que tienen los estudiantes de realizar sus prácticas, ya que las actividades curriculares quedan delimitadas para titulaciones de Grado o Postgrado que se encuentre establecido de esta manera en el plan de estudios, mientras que las extracurriculares, además de ser de carácter voluntario, solo pueden ser realizadas por estudiantes de grado o posgrado.

Los dos ejemplos de convenios mencionados anteriormente ejemplifican el compromiso que posee la Universidad de Málaga con su cuerpo estudiantil, en buscar y ofrecer opciones que les permiten optar por el desarrollo de una práctica externa que, además de

favorecer a su crecimiento personal, les otorga herramientas base para que posteriormente sean insertados en la realidad laboral.

3. Consultorio Jurídico de la Escuela de Derecho y Ciencias Políticas; Universidad Industrial de Santander, Colombia

Los dos ejes principales que se persiguen mediante ese consultorio son el académico y el social, el primero consolidando los conocimientos mediante la aplicación de la teoría y el segundo tratando de mejorar las condiciones reales del medio social.

Dentro de los objetivos que persigue este centro se mencionan en el portal electrónico de la Universidad, los siguientes (Universidad Industrial de Santander, 2014).

- i. Proyectar a la Universidad en la comunidad mediante la atención directa a usuarios y mediante la celebración de convenios con entidades públicas y privadas de la Región;
- ii. Servir de instrumento de docencia y práctica, promoviendo la interdisciplinariedad en los estudiantes de los últimos cuatro semestres que matriculen la asignatura de Consultorio Jurídico;
- iii. Prestar el servicio social de asesoría jurídica a personas de escasos recursos económicos, mediante la asistencia legal en trámites procesales y extraprocesales, consolidándose como medio eficaz de acceso a la administración de justicia;
- iv. Fomentar y promover los derechos humanos a nivel local y al interior de la comunidad universitaria, mediante la asesoría jurídica en acción de tutela, la actuación en procesos judiciales y la asesoría de usuarios en el marco de desarrollo de convenios con entidades del Estado;
- v. Fomentar y promover los mecanismos alternativos de resolución de conflictos mediante la asesoría en la elaboración de contratos de transacción y el acompañamiento en las audiencias de conciliación;
- vi. Desarrollar el incentivo permanente del profesional en el campo social, morigerando el ímpetu del abogado litigante, por el profesional conciliador en procura de la solución de conflictos;

Asimismo, tal como su página lo aclara la finalidad de este centro es otorgar en los últimos semestres a sus estudiantes la práctica de los conocimientos adquiridos, lo que permite a sus estudiantes una mezcla entre teoría y realidad social.

Tal como la mayoría de los programas adscritos a universidades, la población que se atiende es de escasos recursos, ya que la finalidad del programa es brindar un servicio social, donde las principales áreas atendidas son: derecho privado, penal, laboral y público. Dentro de los aspectos a resaltar se encuentra la alta calidad del servicio así como la amplia cobertura al público, lo que genera un impacto positivo en la sociedad, así como una proyección de la universidad en la comunidad.

Seguidamente se detalla la misión del consultorio que se menciona en la página de la universidad.

El Consultorio Jurídico como dependencia adscrita a la Escuela de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Industrial de Santander debe servir como instrumento de docencia y práctica a los estudiantes de la carrera de Derecho garantizando su formación como verdaderos profesionales, así como, prestar el servicio social de asesoría jurídica y la promoción de mecanismos alternativos de resolución de conflictos a personas de escasos recursos de la región, en las áreas del Derecho Laboral y Público, Penal y Privado.

Cuenta con los recursos físicos y tecnológicos para la prestación del servicio, su recurso humano se encuentra bajo los lineamientos de la UIS, lo cual le permite proyectarse a la Comunidad y consolidarse como unidad de desarrollo, práctica e investigación (Misión del Consultorio Jurídico, Universidad Industrial de Santander, 2014).

Asimismo la visión del consultorio se presenta a continuación;

Para el 2018 el Consultorio Jurídico como dependencia adscrita a la carrera de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Industrial de Santander será una unidad certificada y líder en la prestación de servicios de asesoría jurídica y en la promoción de mecanismos alternativos de solución de conflictos, manteniendo a disposición de la población vulnerable de escasos recursos económicos, profesionales con experiencia y en proceso de formación con los más altos estándares de calidad de la educación superior que ofrece la UIS, y contará con un sistema de información en constante revisión y actualización, así como con una infraestructura que garantice el normal y ágil funcionamiento de las actividades propias de los trámites, manteniendo siempre un excelente ambiente de trabajo que se refleje en el compromiso de todos con la Dependencia (Visión del Consultorio Jurídico, Universidad Industrial de Santander, 2014).

Uno de los mayores logros de este consultorio ha sido lograr una certificación bajo las normas NTC ISO9001:2008 y NTCGP 1000:2004, esto ya que se implementó el Sistema de Gestión de Calidad. Esta certificación según lo menciona la página de la Universidad de Santander, garantiza la calidad del servicio.

4. Laboratorio de Consultoría y Asesoría Organizacional (LACAO), Universidad de Guadalajara, México

La Universidad de Guadalajara, Centro Universitario Los Valles en México, cuenta con un laboratorio de asesoría para empresas que inició el 21 de Agosto de 2009, como un proyecto adscrito al Departamento de Ciencias Económico Administrativas de la División de Estudios Económicos y Sociales.

Este laboratorio nace debido a la necesidad que tiene la universidad de innovar el método de enseñanza y además fomentar al sector productivo, mediante un proceso de ayuda recíproca (Universidad de Guadalajara, 2010). La población beneficiada por este proyecto son los estudiantes, empleados y empresarios en un aporte mutuo, donde los estudiantes logran aumentar su conocimiento y capacidad de análisis ante situaciones reales.

Dentro de los objetivos de la Universidad se resaltan

El fortalecimiento de la formación del estudiante a través de su participación en situaciones reales relacionadas con sus áreas de especialidad, así como el desarrollo de la experiencia profesional y docente, servir como un espacio para el intercambio de experiencias y conocimientos con la participación conjunta de estudiantes y docentes, ayudar a Identificar áreas específicos en una Organización a través de un proceso estructurado para la intervención de alumnos y profesores para proponer alternativas, de acuerdo al catálogo de servicios que ofrecerá el Laboratorio de Consultoría y Asesoría Organizacional y por último elaborar proyectos de investigación sobre temáticas relevantes inherentes a las organizaciones de la Región (Universidad de Guadalajara, 2014).

Por lo anterior es que se puede inferir que la población estudiantil es el eje central a impactar con el nacimiento del consultorio, así lo ratifica el portal electrónico de la universidad mencionando que LACAO promoverá la participación plena en el ambiente laboral de los estudiantes, logrando forjar conductas y valores como la responsabilidad, comunicación, autoestima, el respeto a los demás, fomentar la curiosidad, la inclinación al

trabajo en equipo y el liderazgo, actitudes decisivas para un cambio de mentalidad y para una inclinación favorable hacia el desarrollo, dando como resultado una mayor madurez profesional (Universidad de Guadalajara, 2014).

El portal electrónico de la Universidad de Guadalajara expone la misión y la visión del proyecto, las cuales se detallan a continuación textualmente. La misión del proyecto es que “somos un espacio para el desarrollo de las habilidades, actitudes y conocimientos de los estudiantes, mediante la realización de proyectos que impacten a organizaciones públicas y privadas”.

Por su parte, la visión es “contar con estudiantes con mayor formación práctica profesional, reconocimiento regional por la calidad de la docencia, investigación y vinculación y consolidación como el mejor centro de consultoría y asesoría de la región”.

En año 2010 el consultorio comenzó las señoras Mercedes Guadalupe Alonso Zaragoza y Myriam Guadalupe Colmenares López, las dos profesoras de planta, posteriormente la estructura se creó con la participación de un profesor denominado jefe que realiza su trabajo sin recibir salario alguno y será designado por el departamento de ciencias económicas donde también se ubica físicamente el consultorio, su trabajo será realizado por un período de tres años.

Los servicios ofrecidos son asesoría en turismo, informática, contabilidad y administración, cualquier empresa puede participar pero la intención es ayudar a empresarios independientes con poco apoyo económico, para promover el desarrollo de la economía de la región.

En conclusión, se logra determinar que una vez estudiados los ejemplos internacionales, son muchas las generalidades que engloban a los programas de asesoría adscritos a universidades, y a su vez cada uno presenta sus propias particularidades.

Sin embargo, se debe recalcar que la finalidad por la que se crean este tipo de proyectos está arraigada a dos ejes principales brindar un espacio de práctica a estudiantes universitarios en áreas en las que cuentan con conocimientos académicos, y apoyar a la población que requiera asesoría a bajo costo.

La asesoría que se brinda en estos centros abarca una gama variada de áreas relacionadas al comercio, lo cual es enriquecedor para las poblaciones beneficiadas, las

cuales van desde estudios de mercado hasta temas de administración y mercadeo, ya que estos temas son relevantes en la composición de una empresa que tiene como intención exportar sus productos o servicios para competir en mercados internacionales.

Una vez analizados ejemplos de centros de asesoría a nivel internacional, de haber conocido sus principales características, modo de operar entre otros elementos, se vuelve necesario investigar los casos de centros de asesoría que se realizan en la Universidad de Costa Rica, sede Rodrigo Facio, para igualmente poder detectar población beneficiada y características.

Estudiar los perfiles de carreras que guardan relación con esta materia, además de que se revisen planes de estudio de carreras de la facultad de ciencias económicas en específico, que impartan conocimientos en materia de comercio exterior de son temas que se revisarán puntualmente en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO III - PROGRAMAS DE ASESORÍA EJECUTADOS EN LA UCR Y PERFIL DE ESTUDIANTES EN CARRERAS RELACIONADAS AL COMERCIO EXTERIOR

El presente capítulo desarrolla una radiografía del capital humano de la Universidad de Costa Rica “sus estudiantes”, basada en el tema que compete a esta investigación el comercio y casos de éxito. Es importante conocer las características de los estudiantes tanto positivas como negativas y como este influyó al desarrollo de programas de apoyo a la comunidad que han logrado continuar con el paso del tiempo.

A continuación se dará a conocer el funcionamiento y éxito logrado por los programas que existen dentro de la Universidad de Costa Rica, sede Rodrigo Facio, donde la asesoría es brindada por estudiantes, caso concreto de la Facultad de Derecho y la Facultad de Psicología, además de revisar el perfil de estudiantes que cursan carreras relacionadas con el Comercio Exterior.

A. Consultorios Jurídicos de la Universidad de Costa Rica

Los consultorios jurídicos de la Universidad de Costa Rica, nacieron debido a un proceso de reformas. La Escuela de Derecho para el año 1950, tenía aún el mismo sistema de enseñanza con el cual se había unido a la institución en 1941 (Rodríguez y Porras, 2001, p. 13).

Para estos momentos era un sistema arcaico, poco innovador y considerado de fácil aprobación, en todo este periodo no se vislumbró la idea de una enseñanza práctica, se basaban en clases magistrales sin conexión con la realidad social que se vivía, y es hasta el año 1964 que las cosas cambian⁷.

⁷ Para ampliar más léase Gutiérrez Gutiérrez Carlos, *El proceso de la Enseñanza Jurídica en la Universidad de Costa Rica 1964 -1971*, Facultad de derecho, p.2.

Para este año se inicia una reestructuración de la enseñanza, basada en tres pilares fundamentales: investigación, docencia y práctica (Rodríguez et al., 2001, p.17). Es para el año 1967 que nacen los consultorios jurídicos donde los estudiantes del último año de carrera deben trabajar trece meses, dos horas por semana brindando asistencia legal a las personas que no puedan pagarlas. Para el año 1969 se eliminó la necesidad de realizar exámenes de grado pero se aumentó a dos noches por semana el servicio realizado en los consultorios (Rodríguez et al., 2001, p.16-17-18).

La historia de los consultorios no solo nace por los cambios de la universidad, sino que también varias personas fueron parte del proceso, se puede señalar al Lic. Carlos José Gutiérrez, quien visitó la Universidad de Honduras en el año 1961 y estudió el modelo de consultorio que funcionaba en un local propio de esa universidad.

Con su regreso a Costa Rica, consideró la necesidad de instaurar un programa como este. Se resalta lo mencionado en Consultorios Jurídicos 1967: “¿Cómo era posible que una escuela mucho más modesta que la nuestra tuviese una proyección social de la cual nosotros carecíamos?, ¿Cuáles eran las razones para esa diferencia?” (p.4).

Dos años después, Gutiérrez viaja a la ciudad de Chile y se da cuenta que se brinda asistencia legal por medio del Colegio de Abogados a varios sectores sociales. Los egresados que deseaban incorporarse debían trabajar durante seis meses sin ningún pago para cumplir con los requisitos, el programa se realizaba por medio del Colegio el cual recibía una subvención del Estado (Gutiérrez, 1967, p.5).

Otra persona importante en el desarrollo de los consultorios es William Skidmore, asesor de la oficina Regional de la Agencia de Desarrollo Internacional de los Estados Unidos, que proporcionó educación en temas de asesoramiento legal que se impartían en los Estados Unidos. El dinero para cubrir los gastos de los primeros directores se financió mediante la embajada de este país después de que el programa de cooperación AID realizara un estudio de situación académica y la necesidad de tener un sistema como este en el país (Rodríguez et al., 2001, p.19).

Cabe resaltar que el proyecto de consultorios jurídicos de la Universidad de Costa Rica fue tomado del patrón chileno para iniciar operaciones, el área práctica fue escrita por el Lic. Rogelio Sotela, quien pasó su responsabilidad al Dr. Guido Loría quien fuera el encargado de redactar el reglamento (Gutiérrez, 1967, p.5-8).

A pesar de la existencia de muchos actores, el papel fundamental lo juegan los estudiantes quienes son los encargados reales de hacer que la idea funcione, se menciona: “Con la inauguración de los consultorios se termina la etapa en la cual la Escuela de Derecho impartía solo conocimiento teórico y se comienza una nueva etapa, en que sus estudiantes bajo la cuidadosa vigilancia de sus profesores, deben cumplir las actividades que van a ejercer luego como abogados” (Gutiérrez, 1967, p.9).

Los motivos fundamentales para la creación de los consultorios jurídicos, se pueden dividir en dos: la necesidad de tener estudiantes mejor preparados para la ejercer la carrera con conocimiento de la sociedad y sus problemas; y la segunda, la escasez de proyección hacia la comunidad, el Lic. Gutiérrez (1967, p.9) resalta que “la creación de los consultorios es una forma de cumplir con el objetivo de toda escuela universitaria: formar buenos profesionales”.

Importante mencionar que el programa de consultorios ha tenido modificaciones fundamentales, para el año 1979 se debía de trabajar 19 meses, pero este trabajo era reconocido también como Trabajo Comunal Universitario (TCU), ya que no tenía créditos ni requisitos básicos, el tiempo de trabajo cambia para el año 1985, donde se reduce a 13 meses, este se mantiene hasta la actualidad, y no es hasta 1997 que los estudiantes debían realizar el consultorio y el trabajo comunal por aparte (Rodríguez et al., 2001, p.136-145).

En la actualidad estas disposiciones siguen presentes, los consultorios jurídicos son parte del plan de estudios de los estudiantes de tercer y cuarto año de carrera, sin este requisito no es posible optar por el grado de bachiller en Derecho, además cada persona debe de cumplir con las 300 horas de trabajo comunal. La diferencia radica en que en los consultorios se practica temas específicos de carrera y en el TCU los estudiantes pueden optar por realizar otro tipo de trabajo para la comunidad.

1. Estructura y funcionamiento de los consultorios jurídicos

Como base principal, el programa de consultorios jurídicos cuenta con una ley que fue presentada en Octubre de 1969 a la Asamblea Legislativa por el decano de la Facultad de Derecho en ese momento Lic. Carlos José Gutiérrez y nace con dos fines específicos: el primero es permitir a los estudiantes realizar una formación práctica bajo la dirección de

un profesor asesor que los guíe en sus primeros pasos, y la segunda es realizar un servicio de ayuda (Rodríguez et al., 2001, p.34). La ley 4775 del 21 de junio del 1971 viene a normar un proyecto que anteriormente estaba regulado únicamente por la Universidad y su facultad.

Actualmente según lo indica el portal electrónico⁸ de la Escuela de Derecho, se cuenta con veinte y dos consultorios jurídicos, los cuales son parte del área de acción social y tienen como encargada del programa a la profesora Msc. Olga Marta Mena Pacheco. En estos consultorios se realizan 208 horas de trabajo durante un total de 13 meses, el servicio es impartido por los estudiantes de tercer y cuarto año de la carrera, siendo parte del plan de estudios y requisito para poder graduarse como bachiller.

Cada consultorio cuenta con un profesor encargado de brindar apoyo a los estudiantes. Estos profesionales deben de estar presentes en el momento que se esté brindando la asesoría, por lo cual los horarios varían dependiendo la disponibilidad de cada profesor, y por ser parte del plan de estudios, los mismos son pagados por la universidad.

Para que los estudiantes puedan iniciar con el trabajo deben asistir a una charla donde se explican las reglas y forma de trabajo. Según la entrevista realizada a Olga Marta Mena en Noviembre del 2014, se menciona que los consultorios jurídicos son parte del programa de estudios de la carrera, los estudiantes pueden reprobado si no lo hacen bien, ellos en cada momento están siendo evaluados además de esto explica que no existe un tema en específico para trabajar, cuando se llega al consultorio pueden tener cualquier tipo de caso, cada estudiante debe tener la capacidad de ayudar en cualquier tema, por este motivo son los estudiantes de los últimos años, para que cuenten con las herramientas necesarias.

La universidad cuenta con requisitos⁹ que los y las estudiantes deben cumplir para participar en los consultorios. En su plan de estudios se mencionan derecho de familia (DE3002), derecho de contratación privada (DE4004), derecho laboral (DE4011) y derecho penal IV (DE3007), todas las materias indicadas se ubican en el tercer y cuarto

⁸ Para conocer más sobre consultorios jurídicos visite: <http://derecho.ucr.ac.cr/Consultorios>.

⁹ Los requisitos son cursos que deben llevarse antes, para poder optar por la matrícula de otra materia.

año de la carrera y solo los estudiantes que las culminen satisfactoriamente pueden trabajar en los consultorios.

Debido a que es asesoría legal y los casos pueden tomar mucho tiempo los estudiantes nuevos heredan casos que dejan otros estudiantes que culminan con sus horas. Con respecto al tipo de trabajo se resalta.

El trabajo es muy diferente existen consultas que se pueden evacuar de inmediato, pero en ocasiones debe regresar si lo amerita o debe remitirse a otra institución. Entre los servicios que se ofrecen se resaltan: desahucio, pensiones, investigación de paternidad, informes posesorios, donación, compra venta, certificaciones, testamentos, familia (Carrera, 1980).

Aunque en los consultorios se tratan la mayoría de los temas, no se resuelven problemas en materia penal ni estatal por dos motivos específicos, el primero es que las repercusiones penales son un tema muy complicado, y el segundo es porque la UCR es una institución estatal.

Otro punto a tomar en cuenta es el público meta al que se enfoca el servicio, por este motivo es importante mencionar la ley 4775 en su artículo 1 indica que toda persona que no esté obligada a presentar declaración según establezca la Ley del Impuesto sobre la Renta puede recibir la asesoría, el enfoque social es la base fundamental del programa, por lo cual el servicio es brindado solo aquellas personas que no son capaces de pagar un abogado para poder defenderse.

Por lo mencionado anteriormente, es que antes de comenzar con la asesoría se les realiza un estudio a las personas interesadas para saber si son aptas o no para recibir el servicio. El estudio abarca el tema económico y del caso, los profesores son los encargados de revisar si las consultas proceden o no para ser atendidas por los estudiantes.

Una vez que a los estudiantes se les asigna el caso deben de cumplir con ciertos parámetros según el Reglamento de Acción Social de la Facultad de Derecho, dentro de los que se encuentran: llegar puntuales a los consultorios, elaborar borradores de los escritos para ser aprobados por los profesores (Rodríguez et al., 2001, p.134). Los estudiantes tienen permitido asistir a todas las audiencias y oficinas administrativas necesarias para resolver su caso.

No solo los estudiantes tienen responsabilidades, si no que la persona que recibe el servicio debe cumplir con varias normas entre las que se destacan: presentar la cédula de identidad, registrarse en el control de asistencia, colaborar con el estudiante que sigue el caso, luego de tres faltas por parte del interesado se procederá a archivar el caso y no se recibirán más consultas de la misma persona.

Por otra parte, se deben conocer las características de los estudiantes que participan en el consultorio, al realizar la investigación saltan a la vista características inherentes que todos los participantes deben poseer tales como: ser estudiantes de derecho, aprobar los cursos respectivos, cumplir con las indicaciones de los profesores a su cargo, asistir a las audiencias.

Uno de los objetivos del consultorio es conocer a fondo las habilidades de estos estudiantes, se menciona que los estudiantes deben ser responsables, tener capacidad de expresión oral, deben brindar un buen trato a las personas que se acercan, deben contar con conocimiento de los temas para poder resolver, se les indica la manera en la que deben vestir, además deben de tener un comportamiento intachable en todo momento (Mena, 2014). Cada característica indicada es la responsable que los consultorios jurídicos sobrevivan al paso del tiempo.

La Universidad por medio de la Facultad tiene la responsabilidad de enseñar a sus estudiantes, darle las herramientas adecuadas para ser profesionales con el dominio de las materias. Pero cabe resaltar que existen ciertos aspectos que solo el quehacer diario puede brindar, la responsabilidad, la empatía y se puede decir que hasta la ética son aspectos que solo se aprenden cuando se está en contacto con la realidad frente a frente.

Por último, se debe resaltar que las críticas sobre qué pasaría si los estudiantes brindaran una mala asesoría siempre están presentes, para lo cual en la presente investigación se cita lo siguiente:

Ahora como les digo, no hay ningún peligro de que los estudiantes se vayan a apasionar, o vayan a hacer algo indebido, porque están ligados al consultorio, es más peligroso lo otro, es más peligroso que una persona que no tiene preparación jurídica y muchas veces no son ni bachilleres, como los empleados que nombran en los juzgados para hacer embargos, se vayan a ganar cien o doscientos colones, si hacen las cosas, sin tener la menor idea de lo que se está haciendo (Rodríguez et al., 2001, p.49).

Con respecto a la cita anterior se puede notar que las dudas respecto a que los estudiantes brindaran asesoría existen desde el inicio del programa. Al realizar el cuestionamiento a la profesora Mena, ella menciona que una mala asesoría siempre será una posibilidad pero que el programa no se centra en pensar que los estudiantes lo van hacer mal, sino que busca darle las herramientas necesarias, se procura que todo se haga con el mayor cuidado y orientación posible.

Por todo lo anterior, es que se resalta que este tipo de programas buscan aportar seguridad a los participantes, no se puede indicar que los consultorios son las repuestas a los problemas de asesoría legal en el país, pero han sido un aporte importante para el fomento de la igualdad social y hasta la actualidad han logrado contar éxito y fama positiva por parte de los asistentes del servicio.

B. Centro de Atención Psicológica, Escuela de Psicología

Continuando con los programas desarrollados dentro de la Universidad de Costa Rica y que son llevados a cabo por estudiantes, en este apartado se desarrollará el caso del Centro de Atención Psicológica (CAP), el cual se encuentra adscrito a la Escuela de Psicología, y a su vez a la Facultad de Estudios Sociales. Esta sección detallará aspectos tales como las funciones que realizan los estudiantes que participan en él, las personas que son atendidas, las políticas de funcionamiento, entre otras.

Para desarrollar el presente apartado se realizó una entrevista oral a la M. Sc. Lucía Molina Fallas, la cual figura como la coordinadora del proyecto que el pasado 2014, cumplió sus primeros 10 años de funcionamiento.

1. ¿Por qué nace el proyecto y cómo funciona?

Según lo expone la coordinadora, los servicios de atención en salud privada en el país tienen un alto costo y sobre todo la atención psicológica, ya que esta cuenta con características muy particulares. Por ejemplo, los ginecólogos se visitan una vez al año dependiendo de las necesidades del paciente, sin embargo, cuando las personas se

atienden con un psicólogo requieren que el proceso sea continuo, es decir, al menos una vez por semana por al menos seis meses (Molina, 2014).

Tal como se citó anteriormente, y en conclusión, pagar por el servicio de un psicólogo privado continuamente, significa un alto costo que se escapa de las posibilidades de muchos habitantes del país.

El CAP es un proyecto de acción social de la escuela de Psicología y nace por dos razones principales. La primera corresponde a la obligatoriedad y compromiso tanto de la Escuela de Psicología y como de la Universidad de Costa Rica con la sociedad costarricense, en dar una buena formación teórica, clínica y práctica a sus estudiantes y futuros profesionales en la materia.

Lo anterior de la mano con el Colegio de Psicólogos, el cual establece que una vez un estudiante se encuentre licenciado y obtiene tiene su colegiatura, puede hacer el ejercicio de la clínica (Molina, 2014).

La segunda razón corresponde a que la ciudadanía costarricense siempre ha tenido un reclamo hacia la Escuela de Psicología en el sentido que, desde hace mucho tiempo, y previo a la existencia del CAP, ha recibido llamadas de personas que solicitan atención psicológica, por lo que se han ideado formas brindar esta atención.

Finalmente, el CAP abrió sus puertas a la atención de la comunidad el segundo semestre del año 2004, con el objetivo general de brindar a la comunidad costarricense la posibilidad de atención de sus necesidades psico-sociales por parte de la Universidad de Costa Rica, así como articular la formación profesional de los estudiantes de la Carrera de Psicología de la Universidad de Costa Rica con la proyección comunitaria (Escuela de Psicología, Universidad de Costa Rica, 2013).

El CAP es propiamente la clínica, la cual ofrece servicios a la comunidad en la atención psicológica tanto individual como familiar, y en algunos casos, también se desarrollan procesos grupales. Las personas que brindan el servicio y atienden a quienes lo solicitan son los estudiantes avanzados de la carrera de Psicología (Molina, 2014).

Se denomina clínica abierta porque las personas solicitan directamente la atención, por ejemplo, el sistema médico de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS) si un

paciente desea ser atendido por un psicólogo, debe asistir primero con el médico general y solicitar la referencia al psicólogo (Molina, 2014).

La situación descrita anteriormente, sumada al hecho de que hay pocos psicólogos en la CCSS (uno por cada 60,000 habitantes aproximadamente), puede ocasionar que el médico a cargo no remita al paciente del todo, o que lo remita con un psiquiatra (Molina, 2014).

La atención que se brinda en el CAP figura como un servicio dirigido a todas aquellas personas que residen en Costa Rica y que no tienen acceso a este tipo de servicios de manera privada, ya que no cuentan con los recursos económicos para pagarlos (Molina, 2014).

El servicio de atención que se brinda en el CAP es gratuito y como tal, ocasiona que en algunos casos las personas pueden no valorarlo. De momento se cuenta con una lista de espera grande, por lo que se ha regulado que si la persona que demanda la atención se ausenta dos veces consecutivas sin justificación, automáticamente queda fuera del programa y se procede a atender a otra persona (Molina, 2014).

Debido a que en el CAP, las personas encargadas de brindar la atención a los pacientes son estudiantes, los médicos de la CCSS no pueden remitir a un paciente al CAP para su atención psicológica. Las personas que deciden atenderse en el CAP tienen conocimiento desde el primer momento de que serán atendidas por estudiantes avanzados de la carrera bajo supervisión, previo a iniciar las sesiones, el paciente debe firmar un consentimiento (Molina, 2014).

Los profesores que trabajan en el centro están claros de las regulaciones del mismo, lo que lo hace funcional y permite que el estudiante pueda aprender y su vez realizar la mejor práctica profesional posible. La Escuela busca que la inserción del estudiante sea ética y que se realice de la mejor manera de la mano del profesor, el cual debe ser una persona que trabaje en el campo y que tenga experiencia.

Respecto al tema del dinero, es importante recalcar el hecho que el espacio de supervisión que ejercen los profesores que trabajan en el CAP es remunerado. La persona que demanda y recibe la atención psicológica no debe pagar para obtenerlo, sin embargo, al profesor si se le reconoce la supervisión.

La carrera de Psicología está organizada de tal manera que requiere que los estudiantes, a medida que avanzan en la misma, deban cursar los denominados módulos profesionales, es decir que los estudiantes empiezan a realizar actividades que tienen que ver con el ejercicio de su profesión (Molina, 2014).

De acuerdo al plan de estudios de la carrera, a partir del tercer año, los estudiantes inician con el Módulo de Psicología Educativa I, y en adelante deben cursar diversos módulos tanto obligatorios como optativos.

A manera de ejemplo, el plan establece como módulos obligatorios los correspondientes a psicología comunitaria, familia, salud, etc. Dentro de los optativos, se encuentran por ejemplo: psicología de los procesos migratorios, de los procesos políticos, psicología del deporte y la recreación, entre otros.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, los estudiantes tienen la potestad de elegir el tema del módulo optativo, sin embargo hay una cierta cantidad de créditos en módulos que los estudiantes se encuentran obligados a cumplir para graduarse. El módulo por naturaleza implica una inserción en el campo profesional, ya que el estudiante cursa un módulo y debe realizar un trabajo que de alguna manera esté vinculado con el quehacer profesional (Molina, 2014).

Los módulos que cursan los estudiantes son de carácter semestral, sin embargo existe la posibilidad de que los pacientes requieran tratamientos anualmente. Regularmente, en el primer semestre se trabaja con adultos y el segundo se trabaja con niños. El estudiante debe cursar un máximo de tres módulos por semestre, ya que idealmente se atiende una o dos veces por semana al paciente (Molina, 2014).

Existen una serie de requisitos y exigencias que el estudiante debe cumplir al momento de desarrollar un módulo, si éstas no son cumplidas, el estudiante lo pierde y debe cursarlo nuevamente. Dentro de estos requisitos se cita, por ejemplo que los estudiantes deben atender a los pacientes en un marco ético, deben cumplir con sus deberes y los derechos del paciente, de debe supervisar, entre otros (Molina, 2014).

Cada profesor que trabaja en el CAP supervisa a más de un estudiante, y el paciente que cada estudiante tiene, de alguna manera también es responsabilidad del profesor, ya que

legalmente y ante el Colegio de Psicólogos, dado que el profesor es quien se encuentra licenciado, tiene una mayor responsabilidad (Molina, 2014).

Lo mencionado anteriormente no quiere decir que se exime al estudiante de toda responsabilidad. Previo a dar inicio a sus módulos profesionales en el CAP, cada estudiante debe firmar una cantidad de documentos que lo hacen consiente del compromiso que está adquiriendo, sus derechos y sus deberes, así como de los derechos y deberes con que cuentan los pacientes (Molina, 2014).

Si un error se puede atribuir como negligencia del estudiante y si el paciente decide interponer una denuncia, puede seguir un proceso legal con la finalidad de determinar de quién es la responsabilidad (Molina, 2014).

Durante la supervisión que ejercen los profesores a los estudiantes, es posible que determine que las características o la situación que enfrenta el paciente exceden lo que el estudiante está en capacidad de atender. En caso que eso suceda, debe ser comunicado de inmediato a la coordinación del proyecto o a la escuela, para que se determine cómo proceder, en algunos casos se han remitido los pacientes a intervención en crisis o inclusive a psiquiatría (Molina, 2014).

Es responsabilidad de cada profesor que atiende en los módulos supervisar a todos sus estudiantes, saber cuál es el paciente que atiende cada uno y dar las recomendaciones del caso; a su vez, el estudiante es quien realiza las entrevistas y le debe informes a su profesor sobre la situación y avances de las sesiones, sin embargo, atiende a su paciente en privado con el compromiso de mantener informado al supervisor (Molina, 2014).

Por el contrario a lo mencionado anteriormente, si el estudiante determina que no puede continuar atendiendo al paciente o con el caso, debe informarlo a su profesor supervisor, sustentando sus razones. En estos casos el profesor es quien finalmente determina la posibilidad del cambio de paciente o cómo se debe proceder (Molina, 2014).

El CAP ha establecido como requisito para los estudiantes que participan en él, que se encuentra limitado únicamente para estudiantes avanzados de la carrera, que han cursado los primeros años de la carrera, es decir, que cuentan con la base teórica requerida. Adicionalmente, aquellos profesionales graduados de otras universidades distintas a la Universidad de Costa Rica, no pueden participar en el CAP (Molina, 2014).

En algunos casos se admite la participación de estudiantes ya graduados que deseen realizar la práctica dirigida, sin embargo se requiere la carta de un profesor, manifestando que acepta a supervisarlo (Molina, 2014).

2. Convenios con otras instituciones

Todos los estudiantes de la Carrera de Psicología deben cursar los módulos que demanda el plan de estudios, sin embargo, no todos los profesores se integran a trabajar en el CAP. A manera de ejemplo, anteriormente una profesora trabajaba en los Ebais administrados por la Universidad de Costa Rica, en consecuencia sus estudiantes nunca trabajaron en el CAP, sino que realizaban sus primeras intervenciones clínicas con niños y adultos en los Ebais (Molina, 2014).

El estudiante no es quien toma la decisión de desarrollar su módulo profesional en el CAP o en algún otro de los espacios disponibles, sino que lo decide el profesor, ya que éste es quien realiza el vínculo con la institución en la que se va a trabajar. Actualmente, todos los módulos de Salud se encuentran trabajando en el CAP (Molina, 2014).

Por otra parte, la carrera cuenta con formación en Psicología Educativa, en esta rama los módulos han establecido contactos con diferentes escuelas del país, lo que permite a los estudiantes universitarios, realizar una práctica con lo que llaman el “diagnóstico institucional de la escuela” durante el primer semestre, una vez finalizado este diagnóstico y durante los siguientes seis meses se tratan casos de niños en específico (Molina, 2014).

Otro convenio con el que cuenta el CAP es con la fundación Ana Ross, en este caso los estudiantes que cursan el módulo de familia pueden desarrollarlo en cualquiera de las dos instituciones. Para el caso de los estudiantes que trabajan en la fundación su deber es atender a las familias de personas que cuenten con diagnóstico de cáncer, para este caso la atención se lleva a cabo en los espacios que la fundación Ross les provee (Molina, 2014).

En conclusión, como requisito para su graduación, todo estudiante de la carrera de psicología debe desarrollar los módulos que demanda el plan de estudios, pero si su profesor encargado no trabaja en el CAP, él tampoco lo hará, sin embargo, sí realizó una práctica clínica equivalente, el cual es el objetivo final de la carrera.

3. Próximos pasos del consultorio y posibles mejoras

Internamente, se discute la posibilidad de implementar un nuevo proyecto de una clínica con profesionales que se encuentren ya titulados, y donde se pueda cobrar al paciente una pequeña cuota por la atención que reciben. Este nuevo proyecto estaría enfocado principalmente para personas que cuenten con la capacidad de pagar una cantidad pequeña de dinero.

Sin embargo, de momento se encuentra únicamente en discusiones, ya que significa un proyecto totalmente nuevo y aparte del CAP, adicionalmente la Universidad de Costa Rica tendría que avalarlo, otorgarle recursos, entre otros (Molina, 2014).

Por otra parte, se está planteando un modelo de valoración socioeconómica, en el que un trabajador social realice un tamizaje socioeconómico que permita determinar si realmente una persona puede o no pagar por el servicio, ya que de momento el CAP admite pacientes nuevos confía en lo que indiquen (Molina, 2014).

Respecto a estos nuevos proyectos, la Escuela de Psicología cuenta con una bipartición de criterios, ya que hay quienes defienden que el espacio debe ser gratuito por el compromiso que ha adquirido la universidad con la comunidad costarricense, mientras otro grupo establece que el paciente se debe pagar una cuota simbólica por el servicio. (Molina, 2014).

Según lo que indica la coordinadora del proyecto, el éxito del proyecto y su buen nivel de trabajo están relacionados con el hecho de que nunca se debe olvidar que el proyecto es nuevo y por lo tanto, debe ser explicado una y otra vez desde el inicio. Es decir, se debe estar en la capacidad de realizar los mismos procesos y con la misma calidad durante todos los semestres, la clave se encuentra en la persistencia en cada proceso.

Respecto a las mejoras, Molina indica que la problemática del CAP es el tema del profesor supervisor, ya que el mismo debe sentirse más protegido por la institución. Según comenta, el pago que reciben es muy bajo y en caso que un paciente decida interponer una denuncia, éste debe afrontarla con sus propios medios. El mandato de formar a los estudiantes es responsabilidad de la UCR y esta debería brindar a la Escuela de Psicología los recursos para que se pueda cumplir el mandato a cabalidad.

Una vez analizado el presente centro, se tiene como conclusión que éste, a pesar de que es un programa con fallas o puntos de mejora, ha resultado ser exitoso y por esta razón se ha mantenido a lo largo de los años. El mismo ha significado un aporte beneficioso en ambas vías, tanto para los estudiantes que ejercen su carrera por medio de la aplicación práctica de sus conocimientos, como para toda la ciudadanía que demanda y recibe dichos servicios,

En el siguiente apartado se hará referencia al perfil de aquellos estudiantes de la UCR, específicamente de la Facultad de Ciencias Económicas, que cursan carreras relacionadas al comercio exterior, así como un breve detalle de los contenidos de cada uno de esos cursos, para así brindar una noción del conocimiento adquirido por los profesionales.

C. Perfil de estudiantes que cursan carreras relacionadas al comercio exterior

Para dar inicio al análisis de los perfiles de las carreras dentro de la Universidad de Costa Rica, que guardan alguna relación con el comercio exterior, sin duda alguna es necesario adentrarse en la Facultad de Ciencias Económicas y sus respectivas Escuelas.

1. Facultad de Ciencias Económicas

Desde el año 1943 esta Facultad abrió sus puertas a la comunidad costarricense, con la misión de contribuir en la generación, el desarrollo y la difusión de conocimientos innovadores y competitivos, de los profesionales en las ciencias económicas, con una formación integral, humanística y ética, para fortalecer la democracia y el desarrollo económico y social del país (Facultad Ciencias Economicas, Universidad de Costa Rica).

Es la Facultad de la Universidad de Costa Rica que alberga a la segunda mayor población estudiantil, siendo alrededor cuatro mil estudiantes. Su visión es ser una facultad líder en la formación de profesionales en las ciencias económicas, con excelencia académica, a través de la docencia, la investigación y la acción social.

Cuenta con objetivos, los cuales se citan a continuación:

- i. Promover a las Ciencias Económicas como una nueva área del quehacer académico, representada en el Consejo Universitario;
- ii. Dotar a la Facultad de Ciencias Económicas, de nueva infraestructura física y equipo tecnológico;
- iii. Promover la apertura en la oferta académica, como maestrías y doctorado;
- iv. Dotar a la Facultad de Ciencias Económicas, de tecnologías para la enseñanza-aprendizaje;
- v. Promover cursos en línea y a distancia;
- vi. Promover el vínculo Universidad-sociedad por medio de acuerdo / convenios en cursos, asesorías e investigación;
- vii. Fomentar el análisis y reflexión de los problemas económicos nacionales y su entorno internacional;
- viii. Promover el dialogo y reflexión con la Asociaciones de Estudiantes, el sector docente y administrativo;
- ix. Promover las actividades innovadoras con el sector estudiantil.

Asimismo la facultad se rige bajo valores institucionales, tales como: solidaridad, respeto, ética y excelencia.

Actualmente dentro de esta facultad se encuentran las Escuelas de Administración de Negocios, Administración Pública, Escuela de Economía y Escuela de Estadística. En total se imparten seis carreras: Contaduría Pública, Dirección de Empresas, Administración Aduanera, Administración Pública, Economía y Estadística.

Esta Facultad alberga profesionales en áreas relevantes para el comercio exterior, tal es el caso de Mercadeo y Ventas, Gerencia, Negocios Internacionales, Administración y Dirección de empresas, Contaduría y Finanzas.

Seguidamente se desarrollará cada una de las escuelas dentro de la Facultad de Ciencias Económicas que cuentan con carreras que guarden relación con el comercio exterior, tal como las mencionadas en el párrafo anterior.

a. Escuela de Administración de Negocios

Fue en el año de 1972 cuando lo que se conocía como el departamento de administración de negocios paso a llamarse escuela, luego del proceso de reforma que se dio en el congreso universitario de 1971-1972 (Universidad de Costa Rica. Escuela de Administración de Negocios).

Es en el año de 1995 cuando se inicia el período de diseño y planeación curricular, el cual contiene entre sus principales aspectos, elaborar la misión de la escuela, perfil académico- profesional, formulación de programas de cursos, entre otros.

La escuela forma sus dos carreras independientes en el año de 1996 cuando se hace una reforma estructural de la cual nacen las carreras de Dirección de Empresas y Contaduría Pública, iniciando a ciclo académico en el año de 1998.

La escuela alberga una de las mayores poblaciones de estudiantes dentro de la Universidad de Costa Rica, siendo su población alrededor de dos mil quinientos estudiantes, los cuales se forman con valores como la prudencia, tolerancia, solidaridad, integridad, perseverancia y alegría.

Su misión, tal como se menciona en la página web de la escuela es mediante la investigación, la docencia y la acción social promover la formación de profesionales humanistas y profesionales en el área de negocios, para que se puedan generar los cambios que arrastra el desarrollo de nuestro país.

Su visión es;

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, con el fin de obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

Dentro de la estructura principal de la escuela se debe mencionar la existencia del director, subdirector, coordinadores de carrera y jefatura administrativa. Así mismo la escuela cuenta con un consejo asesor, comisiones y sub-comisiones de apoyo, dentro de las que se pueden mencionar, la comisión de trabajos finales de graduación, comisión de investigación, comisión de orden y disciplina, comisión de acción social, entre otras.

En el plan de estudios de la carrera, se pueden encontrar cursos de gerencia de investigación de mercados, gerencia de ventas y distribución, empresariedad e innovación, principios de mercadeo así como economía internacional, globalización y gestión gerencial.

b. Escuela de Economía

La escuela de economía, alberga la carrera de economía, cuyo plan de estudios (ver anexo #1) se concentra en las áreas de microeconomía, macroeconomía, matemática, estadística, econometría, y economía.

b.1. Carrera de Economía

La carrera de economía imparte varios cursos que guardan relación con el comercio exterior, a continuación se detallan varios de esos cursos con la finalidad de obtener una visión de la formación obtenida por los estudiantes.

Comercio internacional

Este curso persigue estudiar los elementos básicos de la teoría del comercio internacional, sus principales aristas son por qué ocurre el comercio internacional, cuales son las razones para que se dé el traslado de medios de producción a través de las fronteras, así como la externalización de los procesos productivos.

El detalle de objetivos específicos y contenidos de este curso de menciona a continuación (ver anexo #2).

Objetivos específicos:

i. Estudiar la influencia en el desarrollo del comercio internacional de: la tecnología, la dotación relativa de factores de la producción, los gustos, los rendimientos crecientes, mercados no competitivos, la división en procesos productivos con distinta utilización relativa de factores, la distancia, el tamaño de los mercados;

- ii. Estudiar los efectos del comercio internacional sobre el precio de los bienes finales y de los factores de la producción, tanto en el corto plazo como en el mediano plazo;
- iii. Estudiar los efectos del movimiento internacional de factores de producción en el corto y el mediano plazo;
- iv. Analizar las causas y consecuencias de la externalización de procesos productivos (outsourcing);
- v. Estudiar los instrumentos de la política de comercio internacional;
- vi. Introducir la discusión de mercados regionales y subregionales, tratados de libre comercio y la Organización Mundial del Comercio;
- vii. Introducir al estudio de las relaciones entre comercio internacional y crecimiento;
- viii. Introducir al estudio del tema de la globalización;

Contenidos:

- i. Comercio en la economía mundial;
- ii. Comercio y tecnología: El modelo ricardiano;
- iii. Repaso de ventajas comparativas. Repaso de equilibrio del consumidor y de equilibrio del productor;
- iv. Ganancias y pérdidas del comercio en el modelo de factores específicos;
- v. Comercio y recursos: El modelo Heckscher-Ohlin;
- vi. Movimiento de trabajo y capital entre países;
- vii. Modelo Armington, introducción a ecuaciones de gravedad;
- viii. Rendimientos crecientes a escala y competencia imperfecta;
- ix. Externalización de bienes y servicios;
- x. Aranceles y cuotas de importación con competencia perfecta;
- xi. Aranceles y cuotas de importación con competencia imperfecta;
- xii. Los subsidios a la exportación en la agricultura y en las industrias de alta tecnología;
- xiii. Acuerdos internacionales: comercio, trabajo y medio ambiente.

La idea es que el estudiante cuente con una visión general del comercio internacional, sus modelos y como estos van ligado con la economía y los países.

Finanzas Internacionales

De acuerdo al programa (ver anexo #3) este curso contiene secciones como el funcionamiento del mercado financiero, donde se encuentran contenidos definiciones de mercado cambiario, futuros y opciones en moneda extranjera, entre otros.

Asimismo otras secciones incluidas en el programa son, crisis financieras y económicas de la historia pasada y reciente, crisis financiera 2007-2008, crisis europea, teoría sobre las crisis financieras, síntesis y perspectivas de las crisis financieras (Programa de curso Finanzas Internacionales).

Introducción a la economía

Abarcando los conceptos básicos de economía, este curso persigue objetivos como distinguir los objetos, temas y variables de análisis de la ciencia económica. Así mismo comprender el significado y las implicaciones de la economía como disciplina científica, plantear e interpretar diversos problemas económicos, emplear la terminología específica de la economía, comprender el funcionamiento de los mercados, las fallas que presentan, la intervención que tiene el estado en los mismos, y las implicaciones que esto genera. También abarca los elementos que afectan la evolución y su medición.

Los contenidos de este curso se presentan a continuación: principios básicos de economía, modelos económicos, las fuerzas del mercado, los mercados, la eficiencia y el papel del estado, conceptos y medición de la macroeconomía, el crecimiento económico, el sistema financiero, la demanda y la oferta agregadas, el dinero, el banco central y la inflación y la macroeconomía de la economía abierta (Programa de curso Introducción a la economía).

c. Escuela de Administración Pública

Fue en el año 1974 cuando el Departamento de Administración Pública se convirtió en la Escuela de Administración Pública, tal como se menciona en la sección de historia de la página de la Escuela de Administración Pública.

En esta escuela se obtienen los grados académicos de diplomado, bachillerato, licenciatura, maestría, y doctorado. Siendo su misión, tal como se menciona en su portal electrónico, el constituir un espacio académico por excelencia para la formación de profesionales con competencias para desempeñarse en el ámbito nacional e internacional, en las disciplinas de la Administración Pública, y la Administración Aduanera y Comercio Exterior.

Por otra parte, su visión es ser el centro de pensamiento e innovación en gestión pública, administración aduanera y comercio exterior, con referencia nacional, presencia regional y proyección internacional.

Las dos carreras que se imparten en esta escuela son Administración Pública y Administración Aduanera y Comercio Exterior, ambas carreras también son impartidas en los recintos del Caribe, Guanacaste y Puntarenas.

c.1. Carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior

La Carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior se creó con el propósito de formar profesionales capaces de ejecutar las labores de instituciones públicas y privadas que se muevan dentro del Sistema Aduanero Nacional y el comercio exterior, así mismo con posibilidades de enfrentarse a nuevos retos, que puedan comprender los diversos tratados, acuerdos y convenios a los cuales el país se ha adscrito.

La carrera nace como resultado de la mayor internacionalización de las economías así como la apertura comercial, lo que genera la necesidad de profesionales en el país que puedan ser administradores de empresas del sector público y privado que tengan relación con el comercio y afines.

Las áreas principales en las que se pueden enfocar los profesionales de esta carrera son legislación, fiscalización, verificación, merceología, arancelaria, procedimental aduanera y comercio exterior.

Los objetivos de esta carrera tal como lo indica el portal electrónico son los siguientes.

i. Propiciar los valores éticos fundamentales para la responsabilidad pública congruentes con las obligaciones de los convenios, tratados y acuerdos internacionales;

- ii. Ofrecer al estudiante formación multidisciplinaria para que sea capaz de insertarse en el mercado laboral;
- iii. Impulsar el desarrollo del Sistema Aduanero Nacional y el Comercio Exterior con el fin de satisfacer los requerimientos del Estado, del sector privado y las entidades nacionales y regionales (Escuela de Administración Pública. Administración Aduanera y Comercio Exterior).

El plan de estudio de esta carrera (ver anexo #4), engloba una serie de cursos que forman profesionales con conocimientos básicos en economía y contabilidad, su fuerte se concentra en materias como normas de origen, merceología, aranceles y barreras al comercio, logística y aspectos técnicos del comercio, regímenes aduaneros y sus procedimientos, valoración aduanera, entre los principales.

A continuación se resumen varios de los cursos base de la carrera para obtener una visión de la formación obtenida por los estudiantes en los mismos.

Arancel aduanero y barreras al comercio

De acuerdo al programa del curso, con el objetivo de que los estudiantes de la carrera conozcan el Sistema Arancelario Centroamericano y el Arancel de Aduanas Costarricense, así como las medidas no arancelarias que se aplican en el comercio tanto nacional como internacional, este curso presenta varios objetivos según lo especifica el programa del curso, dentro de los mismos se encuentra analizar investigar y aplicar conceptos arancelarios, lo que permita armonizar elementos que se han incluido en los tratados de libre comercio que nuestro país ha negociado.

Otro de los objetivos se centra en analizar la política arancelaria que aplica Costa Rica en el arancel aduanero nacional producto de la aplicación del SAC. El análisis de impuestos a la importación e internos es otro de los objetivos, así como las regulaciones no arancelarias y la estructura tarifaria.

Así mismo se persigue determinar así como calcular de manera adecuada los tributos de acuerdo a lo establecido tanto en el SAC como en el Arancel Nacional. Las notas técnicas nacionales son objeto de estudio, junto a su base legal, también las demás barreras aplicadas al comercio internacional.

Merceología

Según lo menciona el programa del curso Merceología II, el objetivo de los cursos es conocer, interpretar y aplicar los criterios merceológicos contenidos en el sistema internacional de clasificación basado en la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (S.A), particularmente en la aplicación de las Reglas Generales de Interpretación, Notas Legales y los criterios de Sección, capítulo, partidas y sub-partidas de la nomenclatura vigente y actualizada, fomentando la correcta clasificación arancelaria de las mercancías estudiadas. (Programa de Curso Merceología II, 2015)

Asimismo en el programa se mencionan los objetivos específicos de este curso: Conocer la estructura y criterios merceológicos vigentes y actualizados contenidos en las Secciones VI, VII, VIII, IX y X de la Nomenclatura del Sistema Armonizado (S.A). Estudiar y analizar las características, definiciones, usos y propiedades de las mercancías contenidas en las Secciones estudiadas de la Nomenclatura del Sistema Armonizado (S.A).

Otro de los objetivos es aplicar la normativa del S.A. (Reglas Generales de Clasificación, Notas Legales, etc) en la correcta clasificación arancelaria de las mercancías estudiadas. Fomentar el estudio y análisis de casos prácticos a través de la participación activa del estudiante en las clases de Taller. Incentivar el aporte de muestras representativas de las unidades estudiadas a efecto de lograr discusión grupal sobre la correcta clasificación de las mercancías. Promover el adecuado uso del vocabulario merceológico para la designación de las mercancías.

Logística y Aspectos Técnicos del Comercio

Según el programa del curso, el objetivo general es dotar al estudiante de los principales conocimientos sobre la logística internacional y los aspectos técnicos del transporte internacional, disposición y manejo de mercancías, aspectos contractuales, seguros y fianzas internacionales (Programa de curso Logística y Aspectos Técnicos del Comercio, 2015).

Asimismo se persiguen otros objetivos tales como comprender los elementos, participantes y puntos a considerar de la logística internacional, a fin de que quienes hagan comercio logren adaptarse a las condiciones y regulaciones internacionales. Conocer los Acuerdos, Convenios y Tratados internacionales así como la normativa nacional que afecta la logística internacional, los procesos y pasos necesarios.

Siguiendo con los objetivos, se encuentra conocer los sistemas preferenciales logísticos que podría disfrutar un exportador al acceder un mercado donde Costa Rica haya firmado un Tratado de Libre Comercio o los sistemas unilaterales de preferencia arancelaria existentes. Adquirir conocimientos básicos en materia de medios de pago, reclamos, seguros, modos y medios de transporte y sus regulaciones, así como los aspectos más destacados del manejo y transporte de mercancías peligrosas y otros aspectos técnicos que son requeridos en el comercio exterior e internacional.

Los contenidos abarcan temas como la importancia del transporte como servicio de valor agregado, sistemas de transporte, disposición y manejo de mercancía en el transporte internacional, elementos para la estructura de costos y definición de tarifas, aspectos contractuales y documentales de la logística internacional y seguros.

Regímenes aduaneros y sus procedimientos

Según se detalla en el programa los objetivos específicos del curso son los siguientes:

- i. Conocer, identificar y explicar el trámite y los procedimientos previstos para el despacho de las mercancías, así como los procedimientos aduaneros que se realizan con posterioridad al retiro de las mercancías de la custodia aduanera;
- ii. Conocer y comprender la base legal que le da soporte a los diferentes procedimientos, partiendo de la legislación que actualmente está vigente, a saber, CAUCA, RECAUCA, Ley General de Aduanas y su Reglamento y demás normativa conexas así como de los criterios, doctrina y principios, que se desprende la jurisprudencia del Tribunal Aduanero Nacional;
- iii. Valorar y criticar constructivamente tanto la normativa como los procedimientos existentes en nuestro medio y juzgar acerca de su conveniencia para el desarrollo económico del país;

- iv. Aplicar y realizar el trámite de cualquiera de las operaciones aduaneras y regímenes aduaneros, que comprende el curso;
- v. Proponer mejoras en los trámites y procedimientos existentes en aras de lograr mayor agilización y control en las operaciones aduaneras.

El objetivo general es conocer, comprender, identificar y aplicar los diversos trámites, operaciones, regímenes aduaneros y en general todos los procedimientos que implica la operativa y el quehacer aduanero y la legislación nacional e internacional que los fundamenta, así como poder comparar, valorar o criticar nuestros procedimientos aduaneros frente a propuestas internacionales relevantes sobre el tema y contrastar la normativa con su aplicación práctica por parte de las autoridades aduaneras y de los Auxiliares de la Función Pública Aduanera, a fin de determinar o concluir sobre su pertinencia para lograr una verdadera armonización, agilización y simplificación en el comercio internacional de mercancías y su eficiencia y eficacia en el ejercicio del control aduanero (Programa de curso Regímenes Aduaneros y sus procedimientos I, 2015).

Valoración Aduanera

Los objetivos que se persiguen para este curso según su programa son, reseñar la evolución histórica de los Sistemas de Valoración de Mercancías, proporcionar al estudiante el marco metodológico para la aplicación del Método del Valor de Transacción, estudiar la metodología de ajuste al PRECIO PAGADO O POR PAGAR, estudiar los criterios técnicos emitidos por el Comité de Valoración y el Comité Técnico de Valoración, estudiar la normativa centroamericana y costarricense en materia de valoración aduanera, por medio de las cuales se interpretan o regulan las disposiciones de carácter facultativo aplicables al método del Valor de Transacción contenidas en el Acuerdo Relativo a la Aplicación del Valor en Aduana de la OMC (Programa de Curso Valoración Aduanera, 2015).

Facilitar al estudiante los principios, conceptos y procedimientos del Acuerdo Relativo a la Aplicación del Artículo VII del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 - G.A.T.T, con el que la Organización Mundial del Comercio regula la determinación del valor en aduana de las mercancías de importación a través del Método del Valor de

Transacción es la misión del curso de valoración aduanera, tal como lo afirma su programa.

Los temas que se abordan en este curso son la evolución de la valoración aduanera y su relación con el comercio internacional, principios y estructura del acuerdo sobre valor en aduana, los métodos de la valoración aduanera, documentos sobre el valor. Método del valor de transacción, valor de transacción, duda razonable, estudio de legislación comparada.

Una vez analizados los programas que se manejan en la UCR así como el perfil de los estudiantes que cursan carreras relacionadas al comercio exterior, se procede a identificar mediante sondeo las principales necesidades que guardan las mipymes costarricenses y personas que trabajan en el sector del comercio exterior, con la finalidad de identificar si es posible que las mismas puedan ser subsanadas con el conocimiento que albergan los estudiantes de las carreras mencionadas anteriormente o si se debe buscar soluciones más allá de la asesoría.

CAPÍTULO IV - PRINCIPALES RESULTADOS Y HALLAZGOS

El presente capítulo se desarrolla con el objetivo principal de identificar las necesidades comerciales y operativas que enfrentan las personas y mipymes costarricenses, que desarrollan sus actividades en la importación o exportación.

Para lograr dicho objetivo se utilizó la herramienta sondeo, mediante la aplicación de un cuestionario con veintidós preguntas y aplicado de manera telefónica a un total de treinta y cuatro mipymes costarricenses, las cuales fueron seleccionadas de la base de datos del Ministerio de Economía Industria y Comercio denominada: Pymes activas al 31 de Julio del 2016. (Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 2015)

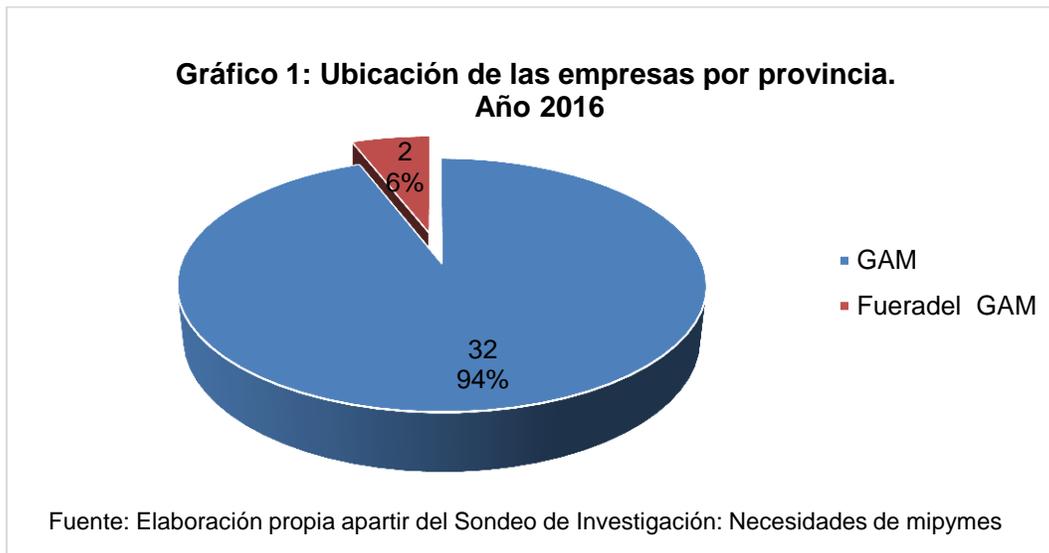
Inicialmente se pretendía trabajar con un total de cincuenta empresas listadas en esta base de datos, elegidas aleatoriamente, sin embargo la poca respuesta por parte de las mismas replanteó el número a cuarenta, para finalmente, por temas de tiempo, decidir proceder con las treinta y cuatro mipymes costarricenses que dieron una respuesta dentro de las fechas requeridas por las sustentantes.

Asimismo, este sondeo persiguió los siguientes objetivos complementarios.

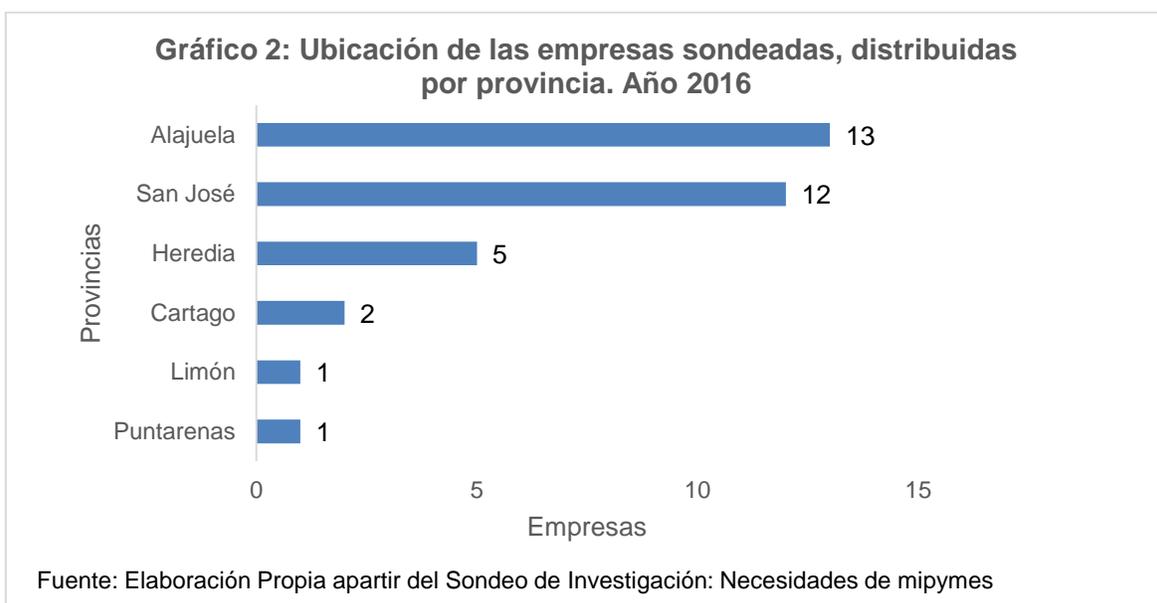
- i. Detectar las principales debilidades de las mipymes que pueden ser canalizadas mediante asesoría;
- ii. Analizar la percepción de los servicios de asesoría en comercio exterior por parte de las mipymes costarricenses;
- iii. Encontrar los principales tipos de servicios de asesoría en comercio exterior contratados por las empresas analizadas;
- iv. Detectar las principales fuentes de asesoría en comercio exterior que utilizan las mipymes;
- v. Analizar la percepción de las empresas respecto al establecimiento de un centro en comercio exterior, atendido por estudiantes de último año de la carrera administración aduanera y comercio exterior, y;
- vi. Determinar las principales consideraciones que tienen las empresas a la hora de contratar asesoría por parte de las empresas nacionales.

Una vez clarificados los detalles del sondeo, se procede a presentar y analizar los principales hallazgos encontrados, para esto se utilizarán gráficos y cuadros.

A continuación, el gráfico 1 muestra la clasificación de las empresas sondeadas, de acuerdo a su lugar de ubicación.

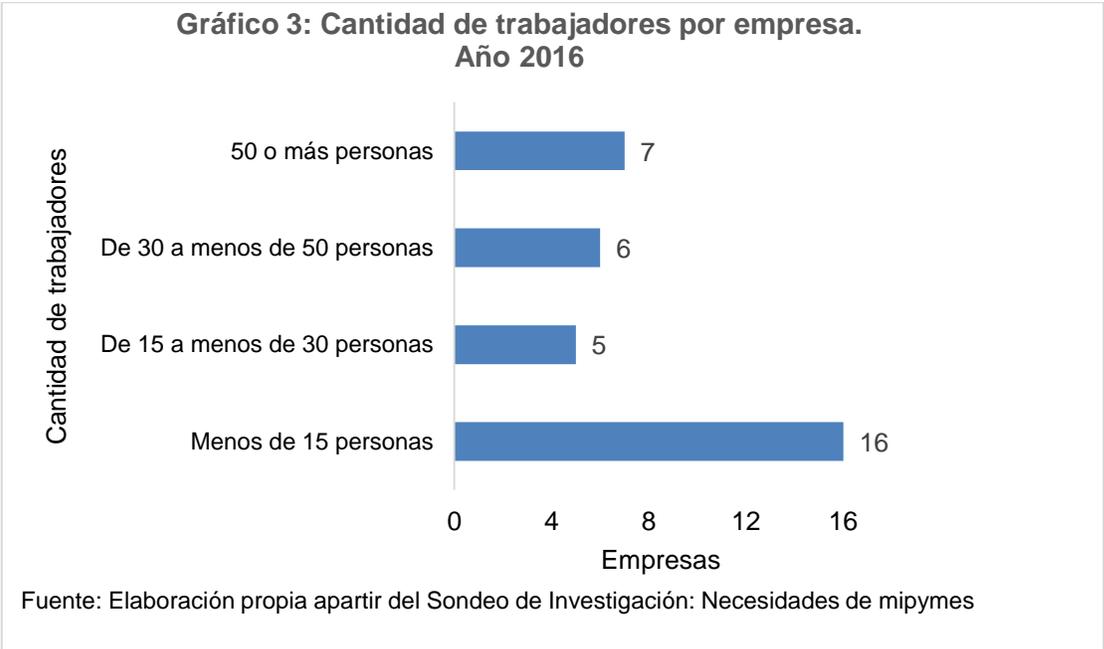


Tal como se mencionó anteriormente, se entrevistaron treinta y cuatro mipymes costarricenses, de las cuales trece de ellas cuentan con operaciones en la provincia de Alajuela, siendo esta la provincia con mayor número de empresas entrevistadas de acuerdo al gráfico 2.



En San José se encuentra un total de doce empresas, cinco en la provincia de Heredia y dos en la provincia de Cartago. Por su lado, Puntarenas cuenta con una empresa entrevistada al igual que Limón.

La distribución de trabajadores por empresa, se muestra en el gráfico 3, ordenado en forma descendente, donde se detalla el número de colaboradores.

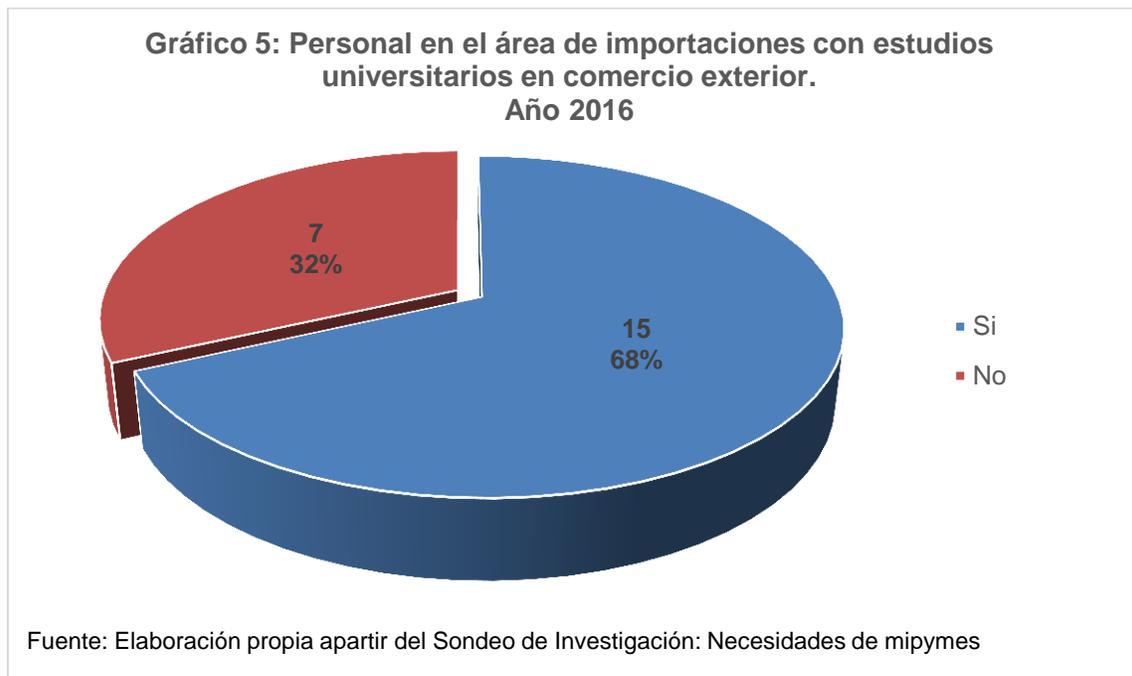


Del gráfico 3 se destaca que casi el 50% de las empresas sondeadas cuentan con menos de quince empleados para ejecutar sus operaciones, lo que refuerza la hipótesis que sostiene que las mipymes costarricenses operan con poco personal. Sin embargo, por otro lado, del total analizado existen siete empresas con más de cincuenta empleados, lo que se considera una cantidad considerable, tomando como base el total analizado.

Respecto a los sectores en los que se desenvuelven las empresas sondeadas, se tiene como resultado doce empresas dedicadas al sector importación, seguido por once del sector exportación y diez empresas que se desarrollan en ambos sectores, según el gráfico 4.

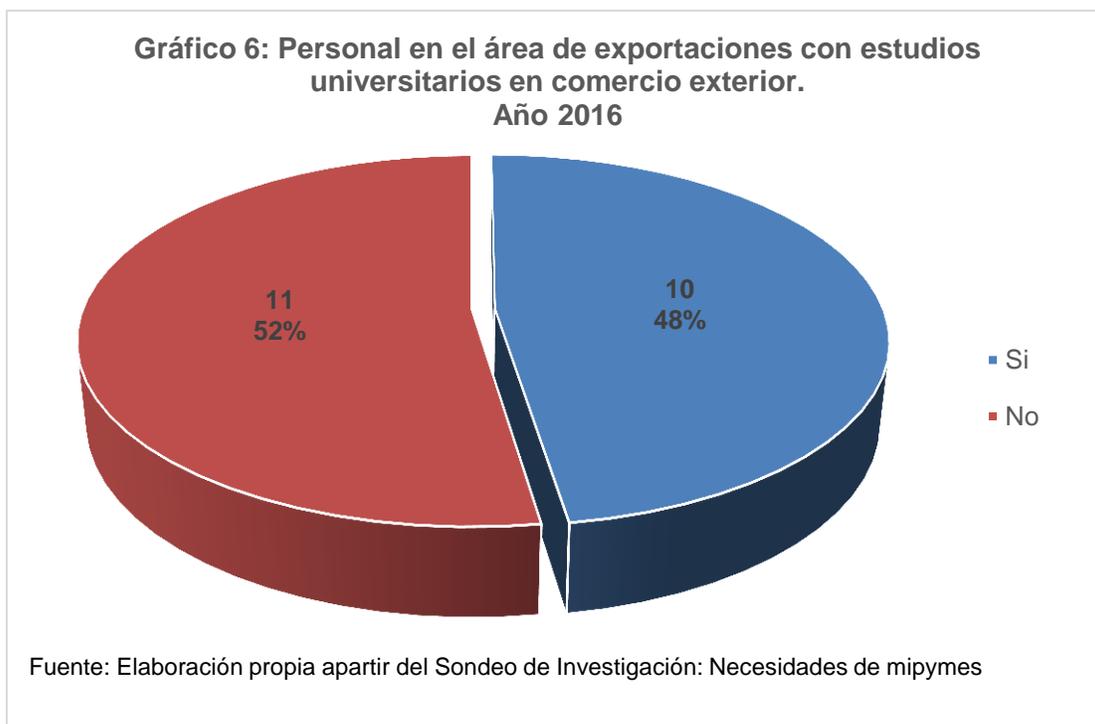


Por otra parte, se solicitó a los sondeados facilitar un aproximado del número de colaboradores que cuentan con estudios universitarios en el área de comercio exterior, iniciando el análisis con las empresas que se desarrollan en el área de importación, se presenta el gráfico 5.



De acuerdo al gráfico 5 y haciendo una relación del sector en el que operan y el nivel académico en comercio exterior, las cifras revelan que en el sector importación, representado en el presente sondeo por veintitrés empresas, cuenta con una mayoría significativa de personal que tiene estudios universitarios en esta área.

Dicha cifra cambia cuando se analiza el sector exportación, ya que como se observa en el siguiente 6, del total de veintidós empresas del sector que se encuestaron, es mayor el porcentaje de personal no calificado en comercio exterior al que sí ha recibido formación universitaria.

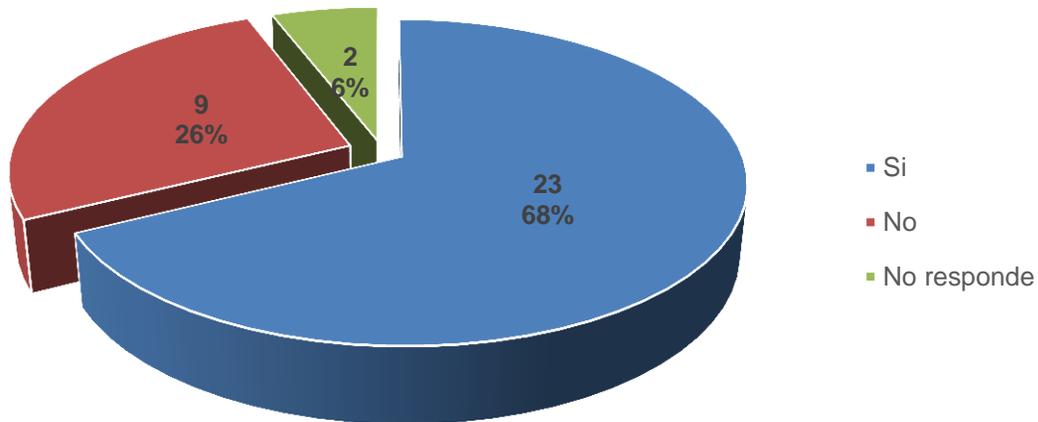


Según las respuestas del sondeo, plasmado en el gráfico 7 una mayoría significativa de empresas consideran que existen debilidades o fallas operativas que podrían ser atacadas con servicios de asesoría. Lo que refuerza la necesidad de ofrecer a estas empresas, asesoría en diversos temas relacionados al comercio exterior que permitan aumentar su competitividad y presencia en esta rama.

Algunas de las respuestas más comunes de las empresas sondeadas y ubicadas en el 68% que muestra el gráfico 7, y que reconoció tener debilidades o fallas en su empresa son: falta de conocimientos logísticos, desconocimiento sobre regulaciones y leyes vigentes, exoneración de impuestos, confección de documentos tales como conocimientos de embarque y certificados de origen, entre otros.

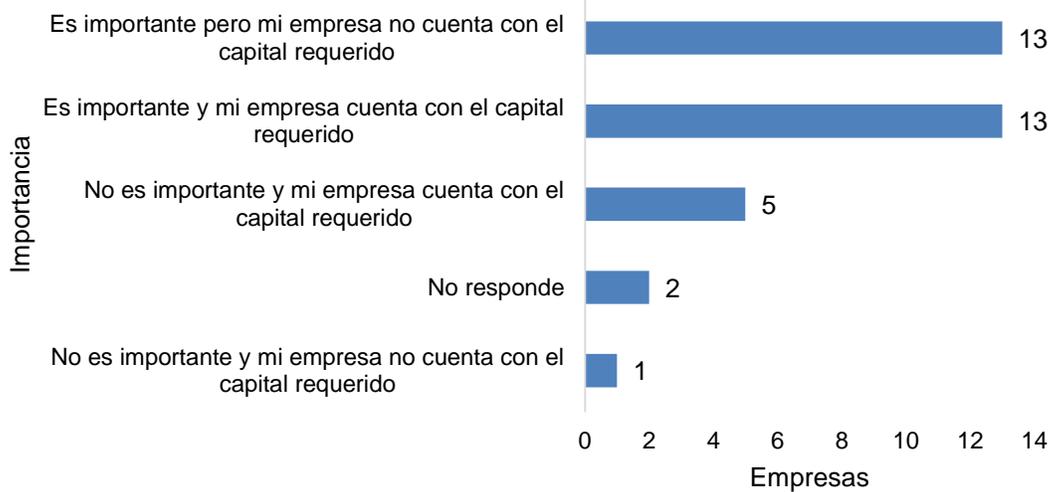
Al estudiar cuántas empresas, del total entrevistado, consideran que la inversión en asesorías para fortalecer diversas aéreas de la compañía es un aspecto importante, se obtiene una mayoría de empresas con opinión a favor, tal como lo muestra el gráfico 8.

Gráfico 7: Existencia de debilidades operativas -comerciales que pueden subsanarse por medio de servicios de asesoría. Año 2016



Fuente: Elaboración propia a partir del Sondeo de Investigación: Necesidades de mipymes

Gráfico 8: Cantidad de empresas clasificadas según la importancia en invertir en asesoría para fortalecer el área comercial / operativa. Año 2016

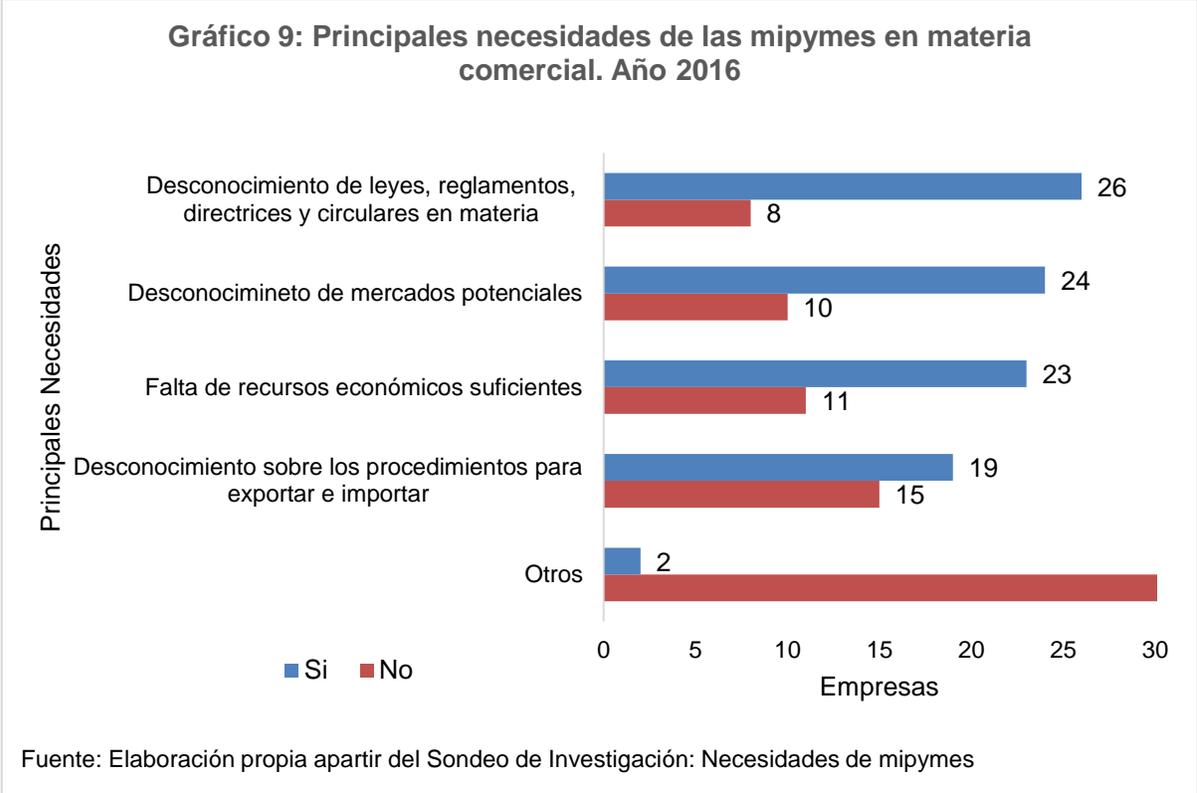


Fuente: Elaboración propia a partir del Sondeo de Investigación: Necesidades de mipymes

Del gráfico 8 se destaca que una minoría de empresas no consideran la asesoría como una inversión importante que ayude al crecimiento empresarial, mientras la mitad de las empresas que sí consideran éste aspecto como importante (casi el 40% del total entrevistado), no cuentan con los recursos económicos suficientes, lo que apunta hacia

una percepción de que estos servicios son de alto valor, y que no todas las empresas pueden acceder a ellos.

Al momento de consultar a las empresas sobre las principales necesidades que presentan las mipymes en comercio exterior, se tiene la respuesta de acuerdo al gráfico 9¹⁰.

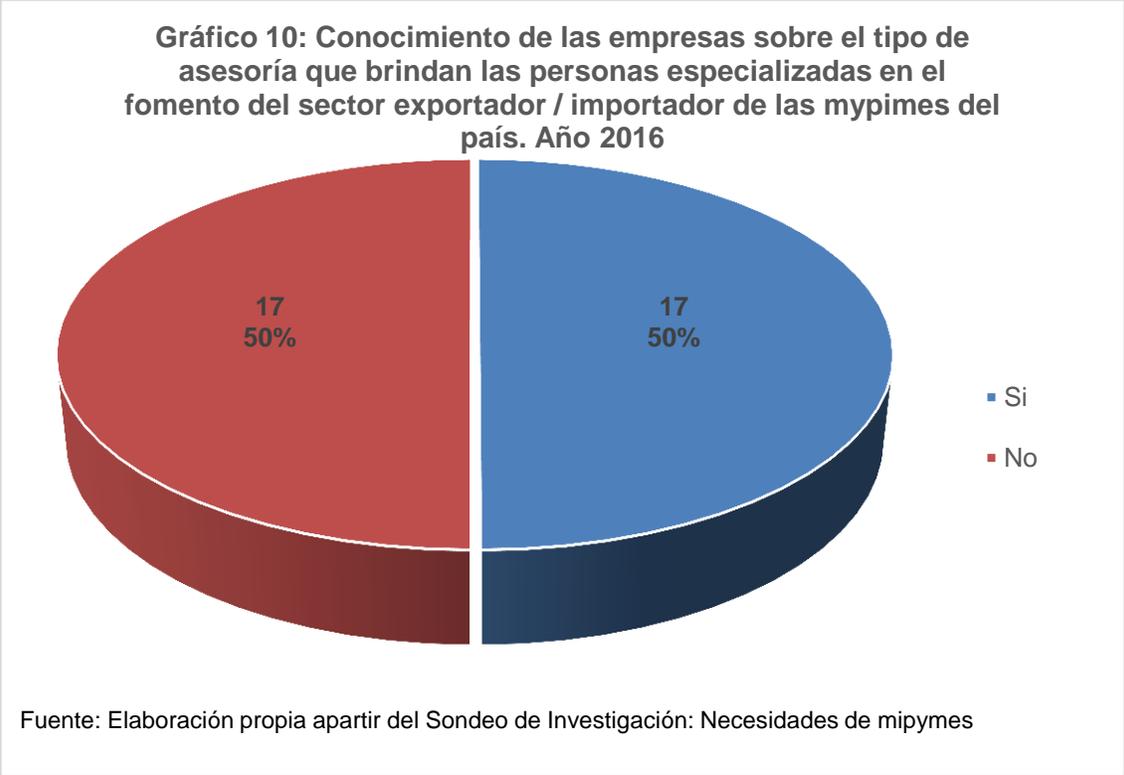


De lo anterior se concluye que la mayoría de las empresas se identificaron en alguna de las opciones brindadas, siendo solo dos entrevistados quienes aportaron una necesidad adicional.

Nuevamente se manifiesta que la falta de recursos económicos es una limitante constante en al menos el 67% de empresas sondeadas, lo que podría significar una serie de consecuencias adicionales dado que deben limitarse a mayores diversificaciones de mercados o capacitaciones en la reglamentación vigente.

¹⁰ Para esta consulta no se hace referencia a las necesidades propias de la empresa entrevistada, sino la percepción del entrevistado sobre las necesidades en general que presentan las mipymes.

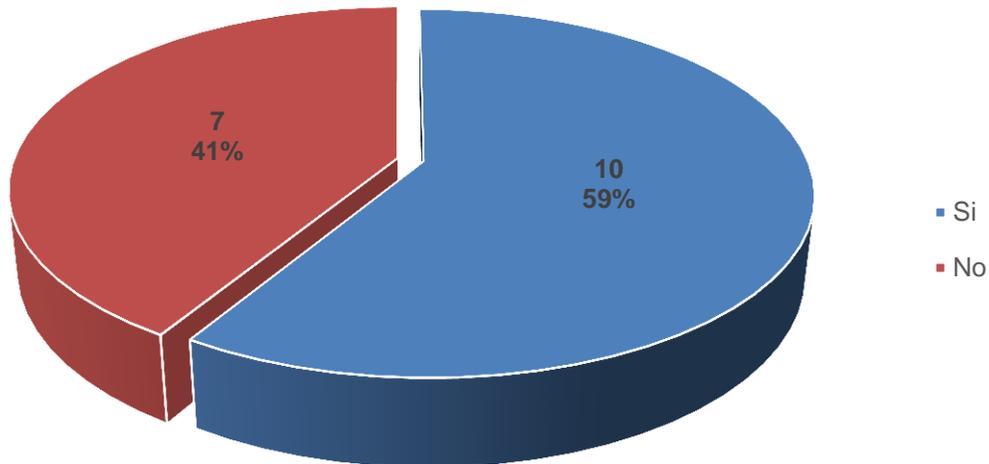
Por otro lado, al consultar a las empresas si conocían sobre el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector tanto exportador como importador de las mipymes del país, solo el 50% de ellas se manifestaron a favor, y de esas diecisiete empresas que representan el 50% del total, solo diez de ellas indicaron haber contratado estos servicios, de acuerdo a los gráficos 10 y 11.



Lo anterior denota que existe un gran desconocimiento de las mipymes encuestadas sobre la oferta de este tipo de servicios y las opciones existentes en el país para contratarlos, lo que puede suponer un gran desaprovechamiento de los mismos, así como prejuicios entorno a estos (precios elevados, innecesarios, mala calidad, entre otros).

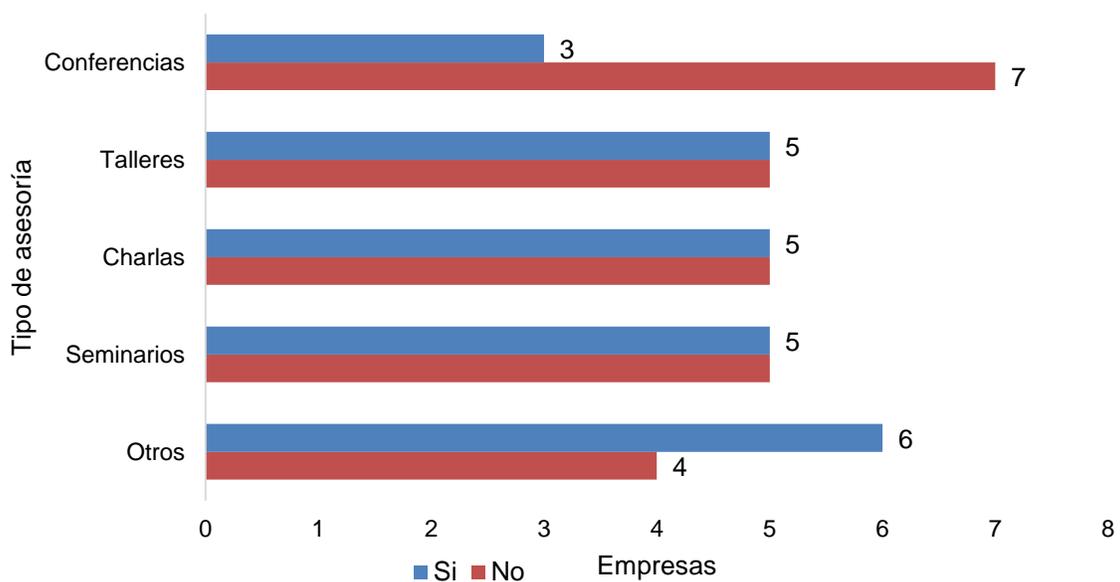
Además, conlleva a que únicamente estas diez empresas, de las treinta y cuatro sondeadas, sean consideradas como el nuevo total a analizar, de acuerdo a la información en los gráficos 12 y 13.

Gráfico 11: Empresas que han contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial. Año 2016



Fuente: Elaboración propia apartir del Sondeo de Investigación: Necesidades de mipymes

Gráfico 12: Tipos de asesorías contratadas por las empresas sondeadas. Año 2016



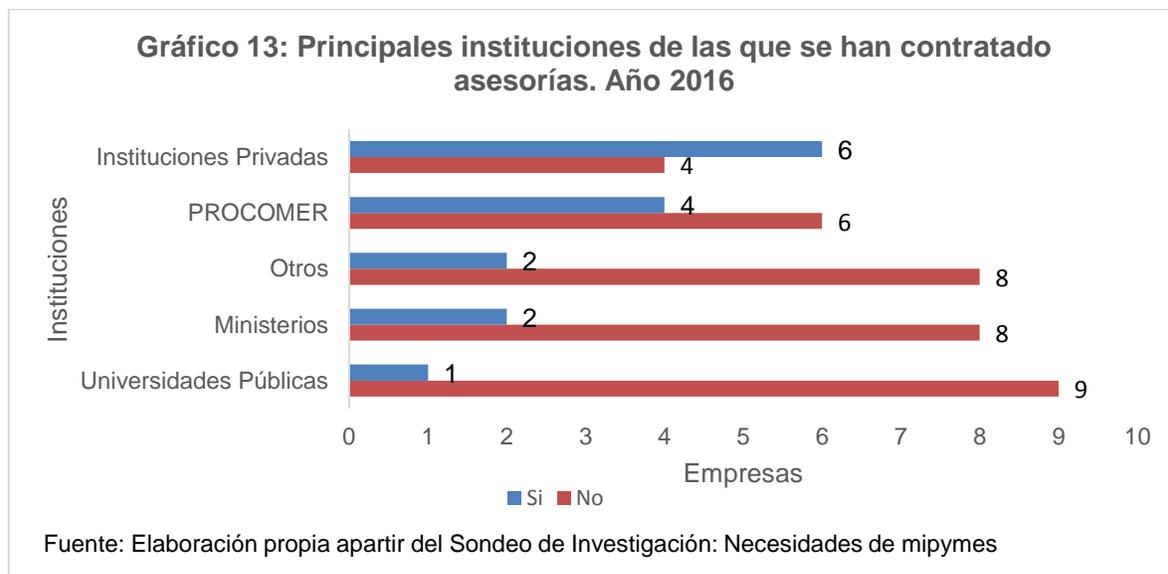
Fuente: Elaboración propia apartir del Sondeo de Investigación: Necesidades de mipymes

De acuerdo a lo anterior, el gráfico 12 detalla los tipos de asesoría que son contratados mayormente por las empresas, notándose de esta manera una menor inclinación hacia la

modalidad de conferencias, mientras que por el contrario, se denota que las asesorías más prácticas como talleres, charlas y seminarios se encuentran entre las favoritas.

Este resultado va de la mano con la modalidad de trabajo que presentan los casos de éxito de programas alrededor del mundo, estudiados en el apartado anterior, en el cual se muestra que las formas de trabajo bajo talleres, charlas y seminarios en los cuales hay una interacción entre los asesores y los empresarios, figura entre las opciones favoritas que buscan contratar las empresas.

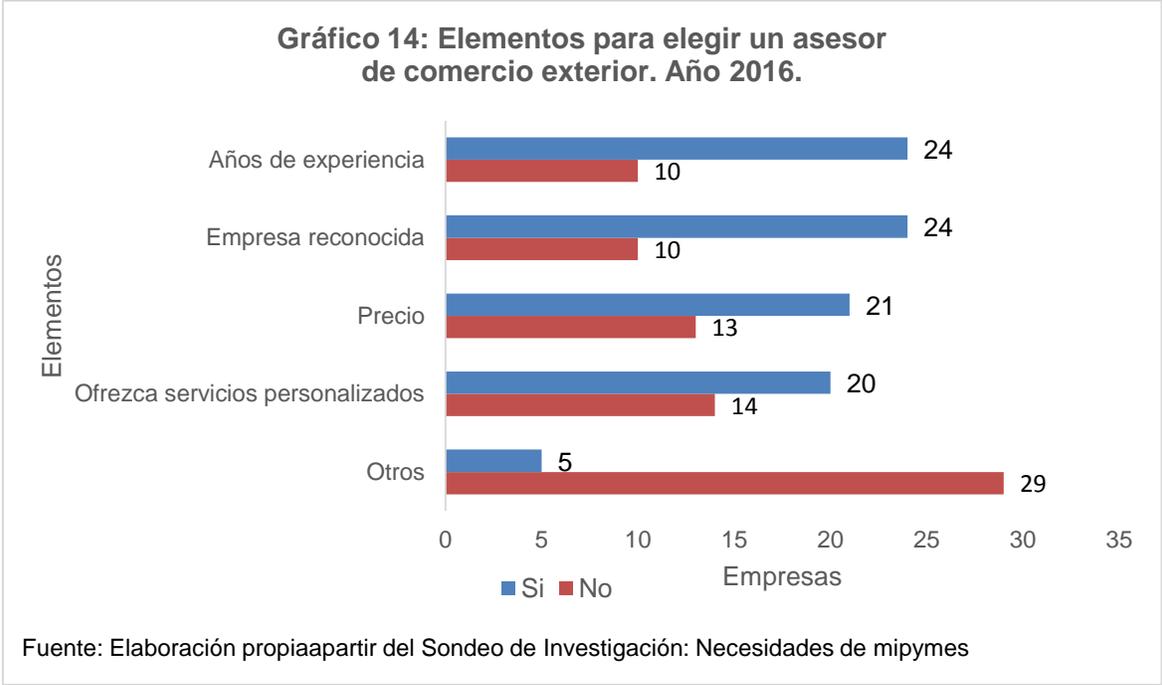
El gráfico 13 muestra como hay una tendencia importante a que sean las instituciones privadas, las más comunes para contratar los servicios de asesoría.



La tendencia en la cantidad de empresas que manifestaron no recibir servicios de asesorías por de universidades públicas, va de la mano con lo mencionado en el apartado anterior en que, de momento, no existe ningún consultorio o módulo de asesoría comercial para el fomento del sector importador y exportador en la UCR, única universidad pública en Costa Rica, en brindar una carrera de comercio exterior.

Por otra parte, se denota según el gráfico 13 que, la mayor cantidad de empresas ha contratado servicios de alguna institución privada. A pesar de que no se realizó un énfasis porque los sondeos confirmaran cuáles son aquellas entidades privadas, se pueden catalogar en este rango empresas tales como las agencias aduanales o empresas especializadas en brindar servicios de asesorías.

Al momento de contratar servicios de asesoría es importante saber en qué elementos se basan las empresas y personas para tomar su decisión. Respecto a los elementos considerados por las empresas sondeadas al momento de elegir un asesor en comercio exterior, el gráfico 14 muestra las principales preferencias.



Los resultados muestran de acuerdo a la información del gráfico 14, que las empresas que han contratado asesoría en algún momento, se inclinan por factores como la experiencia y el reconocimiento.

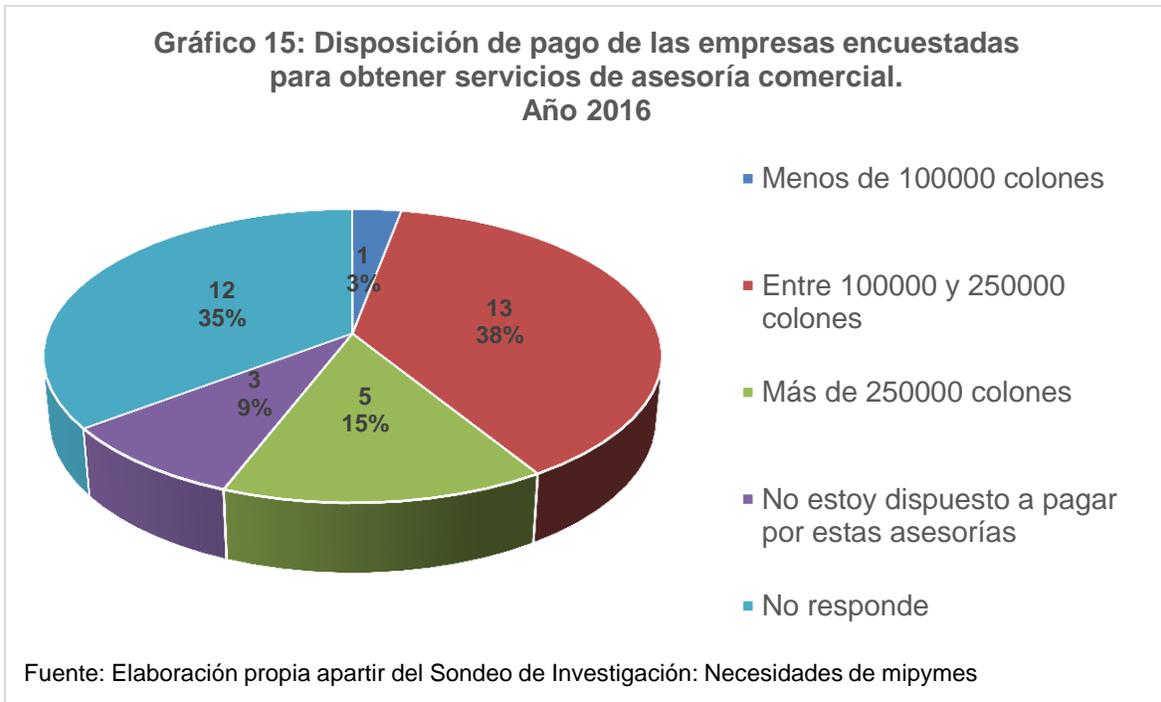
En estos casos, han tenido que contratar los servicios para solucionar alguna situación en específico, por lo cual buscan una buena reputación y conocimiento que les garantice una solución satisfactoria a sus necesidades.

Por otra parte, el precio y que se brinden servicios personalizados son factores importantes pero no en un mayor porcentaje, es de esta forma que se infiere que aquellas empresas que han contratado en algún momento asesorías, no consideran el costo y la forma de brindar el servicio como factores determinantes en la elección de su asesor; el resultado final es para ellos el valor agregado.

Con respecto a las empresas que nunca han optado por servicios de asesoría, el panorama es totalmente diferente al anterior. En este caso el precio y que se brinden servicios personalizados son los dos factores más influyentes.

Se podría entender a partir de los datos obtenidos, que las empresas que nunca han contratado servicios de asesoría, asocian que tener servicios personalizados podría constituir calidad y le refiere importancia al aspecto económico.

Al momento se solicitar a las empresas sondeadas la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar por los servicios de asesoría, se obtienen los resultados que expone el gráfico 15.



De acuerdo al gráfico 15, las empresas sondeadas que indicaron que no darían su opinión respecto al costo dispuestos a pagar, coincidieron en que primero debían conocer la clase de servicios que recibirían, para así dar un estimado de lo que llegarían a pagar.

Del total de las empresas sondeadas el 56% estaría dispuesto a pagar entre menos de cien mil y más de doscientos cincuenta mil colones por los servicios de asesoría. Se resalta que el 53% de las empresas pagaría más de cien mil colones, dejando un margen muy pequeño de empresas que pagarían menos de cien mil colones.

Según los datos expresados, se puede concluir que un gran número de las empresas sondeadas pagarían por servicios de asesoría, también existe una mayoría importante

que no indica su opinión ya que le da gran valor a los servicios que obtendría para poder brindar un monto.

Con respecto a la pregunta ¿Cada cuánto la empresa estaría dispuesta a realizar pagos por servicios de asesoría?, el 77% de las empresas indicaron un periodo de tiempo en específico. Dentro de este porcentaje, un 28% indicó que realizarían un pago semestral, el 21% mencionó que preferirían un pago anual y el 17% que lo realizaría trimestral, se acuerdo al gráfico 16.

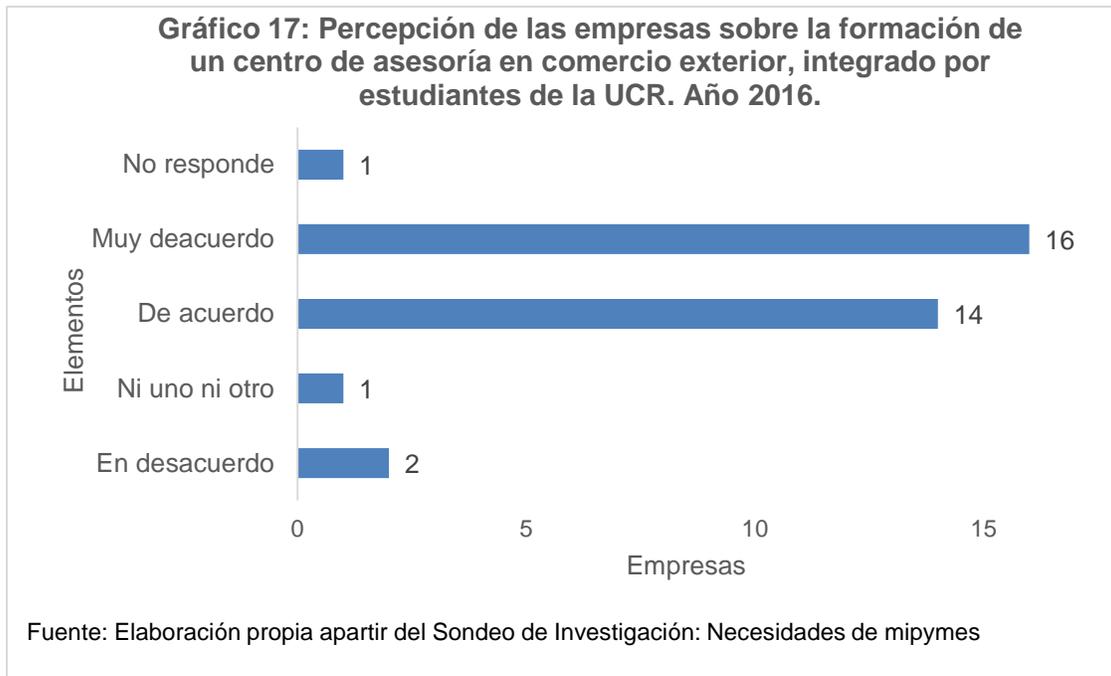


Es importante destacar que un 32% del total de las empresas encuestadas mencionaron que pagarían en otro período de tiempo, dejando abierta la posibilidad a pagos semanales, pagos inmediatos por servicios realizados, quincenales o cualquier otro tipo que no encaje dentro de los mencionados anteriormente.

Respecto a lo que piensan las empresas de la hipotética creación de un centro de asesoría en comercio exterior, impartido por estudiantes de la UCR, la respuesta obtenida es muy positiva, tal como lo muestra el gráfico 17.

Según el gráfico 17, una mayoría significativa, es decir, alrededor de un 88% de las empresas sondeadas, indicaron que estarían de acuerdo o muy de acuerdo en la hipotética creación del centro.

Por otra parte, tan solo un 5% de las empresas está en desacuerdo con la creación del centro de asesoría, lo que corresponden a dos empresas. Los resultados indican que en el caso hipotético de crearse dicho centro, se contaría con una muy buena aceptación por parte de las empresas sondeadas.



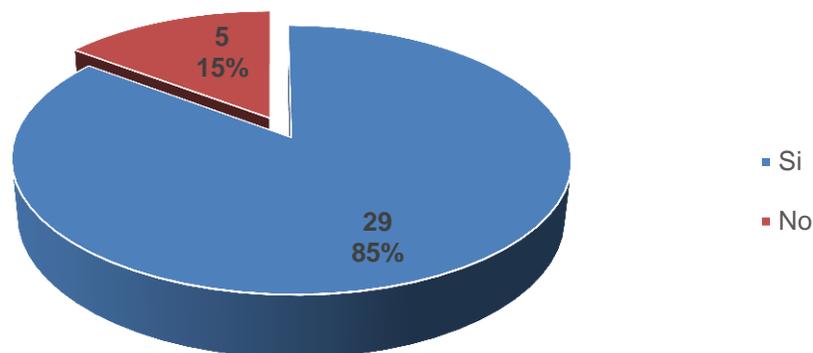
Una vez que se conoce la respuesta sobre la percepción de las empresas sobre la hipotética creación del centro, se procede a consultarles sobre la posible asistencia al mismo, las respuestas obtenidas se exponen en el gráfico 18.

Tal como se observa en el gráfico 18, en la mayoría de los casos las empresas sondeadas estarían dispuestas a asistir al hipotético centro de asesoría en comercio exterior conformado por estudiantes de la UCR.

Existen algunos casos de empresas que están de acuerdo con la creación pero que no asistirían, ya que indicaron que la distancia es un factor importante para ellos y que su empresa no tiene los recursos para trasladarse al área metropolitana.

Entre los comentarios brindados por los encuestados que eventualmente asistirían, se resalta el prestigio que tiene la UCR por ser una institución pública y formadora de profesionales sobresalientes, que los estudiantes se encuentran más actualizados en la materia, que les gusta innovar, que cuentan con más ganas de aprender y que los profesores son altamente capacitados.

Gráfico 18: Asistencia de empresas al hipotético centro de asesoría en comercio exterior formado por estudiantes de la UCR. Año 2016.



Fuente: Elaboración propia apartir del Sondeo de Investigación: Necesidades de mipymes

En la mayoría de los casos los comentarios fueron positivos, resaltando en general, las buenas características de los estudiantes y la universidad. Solo se obtuvo una opinión en desacuerdo, la cual indica que los estudiantes no cuentan con experiencia profesional, sino que solo conocimientos teóricos.

Este comentario permite recapitular la importancia de que los estudiantes se formen en las universidades con conocimientos teóricos y prácticos, lo que les permite insertarse más fácilmente en el mundo laboral, y ser percibidos como profesionales más atractivos para las empresas.

Una vez analizadas las percepciones y respuestas de las empresas participantes y objeto del presente sondeo, se puede proceder a identificar los principales beneficios que el tipo de asesoría que se da en centros adscritos a universidades ofrece a sus participantes.

El siguiente capítulo hace referencia a los beneficios tanto para estudiantes como profesores y empresas que participan en estas iniciativas, así como una propuesta generada a raíz de los beneficios encontrados.

CAPÍTULO V - BENEFICIOS PARA EMPRESAS, ESTUDIANTES, Y PROFESORES PARTICIPANTES DE PROGRAMAS DE ASESORÍA ADSCRITOS A UNIVERSIDADES

A lo largo de los apartados anteriores, se ha analizado el desarrollo y evolución de la asesoría así como el entorno de los programas adscritos a universidades, ejemplos de centros de asesoría que se desarrollan en sectores ligados al comercio exterior y otras áreas como el derecho, psicología, finanzas, entre otras.

Asimismo se ha hecho referencia a los perfiles de las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas de la UCR sede Rodrigo Facio, por tanto, se procede a analizar los beneficios que reciben las diferentes personas que participan en espacios de asesoría adscritos a universidades.

Por participantes se hace referencia a las mipymes y personas emprendedoras, los estudiantes que se desarrollan en estos centros y los profesores asesores. Se pretende abarcar los principales beneficios para cada uno de los participantes anteriormente mencionados, siendo estos deducidos de los casos de éxito analizados.

Por último, el presente capítulo busca resumir y unificar los principales beneficios encontrados para los tres participantes de los centros de asesoría, con la finalidad de encontrar semejanzas y conexiones que permitan resaltar la importancia de la existencia de dichos centros.

A. Beneficios para las empresas

Existe una gran cantidad de beneficios, para las empresas mipymes y personas físicas emprendedoras, derivados del hecho de contratar servicios de asesorías, los cuales motivan a que cada día sean más empresas las que buscan este tipo de servicios con miras a un mayor desarrollo y crecimiento empresarial, y los cuales serán desarrollados a lo largo del presente apartado.

Inicialmente, se tiene que las empresas que demandan este tipo de servicios son conscientes que cuentan con una debilidad en un área determinada, es decir, una empresa que contrata los servicios de asesoría de un tercero, busca incrementar su productividad o ampliar sus horizontes por medio del asesoramiento de un experto en la materia.

Una vez que la compañía determina que desea adquirir mayores conocimientos en ciertos temas y/o resolver problemas que se les presentan de manera constante en el desempeño diario, es cuando recurren a la búsqueda de un asesor, lo que les permitirá gozar de beneficios como ganar experiencia y recibir acompañamiento de un experto.

Dada la diversidad en el mercado de las empresas oferentes de este tipo de asesorías, estas tienden a especializarse en temas determinados. Para el caso de la asesoría en comercio exterior, se pueden identificar asesores en sectores específicos como el acceso a mercados, clasificación arancelaria, regímenes aduaneros, entre otros.

Debido a esta especialización y una vez la empresa ha determinado cuál es su área de mayor debilidad o la que desea fortalecer, se tiene que uno de los principales beneficios generados para las empresas, es que les es posible seleccionar a su asesor de forma específica, para que de esta manera, puedan recibir la orientación en el sector que cuentan con mayor debilidad y no en términos generales sobre el funcionamiento de toda la compañía.

Otra de las características que presentan los asesores en materia comercial, es el hecho de que es posible encontrar entidades tanto de empresas privadas como de instituciones gubernamentales. A pesar de que, por competencia legal, no todas las instituciones pueden asesorar en los mismos temas, otro de los beneficios a recalcar para las empresas y personas emprendedoras es la posibilidad que elegir un ente gubernamental o no.

Muy de la mano con la idea desarrollada anteriormente, existe la percepción general de que los servicios en asesorías otorgados por empresas privadas tienen un costo más elevado al que pueda brindar un ente gubernamental, lo que finalmente se traduce en un beneficio hacia las empresas que buscan mejorar sus áreas más débiles, o incrementar la productividad de sus áreas fuertes, a un menor costo.

Otro beneficio de los que gozan las empresas mipymes y personas emprendedoras que demandan este servicio, es que existen diversas modalidades que utilizan los oferentes en asesoría para brindar su servicio, los cuales dependen de la necesidad y el objetivo que persiga la empresa. Por ejemplo, existen modalidades de asesoría por medio de charlas, conferencias, talleres, seminarios, entre otros.

Lo anterior se acompaña del hecho que el servicio puede ser contratado por un cierto tiempo, eliminando así la percepción negativa de que sería un gasto en que se debe incurrir constantemente.

Dependiendo de la modalidad que determine la empresa, y el acuerdo que tenga con el asesor, la empresa gozaría del beneficio de realizar una única inversión, o dividirla a lo largo de contrataciones anuales, semestrales, mensuales, o algún otro.

En términos generales y a manera de conclusión, el común denominador de las empresas que contratan o demandan servicios de asesoría, es ser orientados en un área específica que desean fortalecer, adquirir información y conocimientos sobre temas actualizados, o recibir consejos útiles que les permitan incrementar el rendimiento, siguiendo el camino más óptimo.

Lo anterior sumado al nivel de experiencia con la que cuenta el personal que se desempeña y dirige cada área, será reflejado en beneficios tanto económicos como de prestigio a pequeño, mediano y largo plazo, para las empresas y personas emprendedoras.

Es de esta forma que los nuevos retos a los que se enfrentan tanto las empresas como las personas emprendedoras, harán sean cada vez mejores. La búsqueda de servicios de asesorías y el mejoramiento interno por medio de ellas, les brindarán mejores resultados en función de las exigencias del mercado y del incremento constante de su propio nivel de competitividad. Los resultados en ventas, utilidades, innovación, crecimiento, prestigio, reconocimiento público, entre otros, darán como beneficio satisfacción a los clientes, a los propios colaboradores e inclusive a los accionistas.

Respecto a las empresas que se benefician de la asesoría que se brinda en centros adscritos a universidades, se rescatan beneficios importantes, dentro de los cuales se puede mencionar el contar con asesoría de personas que cuentan con conocimientos

actualizados, ya que los estudiantes de último año, al estar aún en las aulas, manejan e interactúan con la teoría más actualizada.

Asimismo, la asesoría recibida es de calidad, al ser esta ofrecida por estudiantes de universidades que son apoyados en su análisis por un profesor que evalúa y aprueba la misma.

También es importante rescatar que los centros adscritos a universidades cuentan con el respaldo de la institución, lo que es sinónimo de seriedad y profesionalismo. Por otro lado, estas instituciones ponen en marcha proyectos, programas y otras herramientas a disposición de las empresas.

B. Beneficios para los estudiantes

El entrenamiento y la capacitación del estudiante es un punto clave para desenvolverse en un ambiente laboral. Como se demostró en capítulos anteriores es muy importante que los y las estudiantes practiquen sus conocimientos antes de salir del ambiente controlado que es el aula y enfrentarse a la parte laboral.

Por otra parte el desarrollo de seguridad, resolución de conflictos, diseño de un punto de vista, manejo oral, escrito y la responsabilidad son habilidades que se desarrollan solo en esta clase de centros de asesoría.

El trabajo en equipo, trabajo bajo presión y brindar soluciones rápidas y acertadas a casos, son factores con los cuales se debe de contar para lograr conseguir un empleo en la sociedad actual.

Pero no solo el aprendizaje es un punto que se deba resaltar. Como cualquier carrera, los y las estudiantes deben tener contacto con las empresas que se desenvuelven en el mercado profesional, con esta clase de espacios se logra un canal de comunicación, que más adelante podría desencadenar en oportunidades de pasantías o fuentes de empleo.

Por lo cual, es responsabilidad del estudiante participar en este tipo de centros dando un esfuerzo y logrando buenos parámetros. En éstos se puede medir el nivel teórico que han alcanzado y sus habilidades.

Otro punto que plantea el contar con práctica profesional antes de insertarse al mercado laboral, es la oportunidad de proyectarse socialmente, ya que el estudiante se hace partícipe de un crecimiento de la comunidad donde se desenvuelve.

En el caso de la UCR, al ser una universidad pública donde se busca implantar una educación integral, es muy importante que sus estudiantes reintegren un poco de sus conocimientos a la sociedad como un medio de movilidad social.

Se debe resaltar que los estudiantes se benefician al tener siempre un profesor que los asesora durante el proceso, lo que le permitirá un apoyo al momento de evacuar dudas y profundizar con autoconciencia el nivel de aprendizaje en el que se desarrolla.

Identificar sus fortalezas y áreas de mejora es otro de los beneficios que los estudiantes obtienen, ya que estar en contacto con empresas, personas y otros profesionales genera una oportunidad para identificarlas.

El participar en estos centros ofrece a los estudiantes un panorama de futuros casos que deberán enfrentar en su vida profesional, siendo una muy buena escuela para reforzar sus conocimientos adquiridos en las aulas.

Por último, estos espacios son una buena oportunidad para compararse con otros estudiantes, para identificar formas de enfrentar y resolver los casos así como para adoptar buenas prácticas que se observen en otros compañeros, siempre buscando crecer profesionalmente.

C. Beneficios para los profesores

Tal como se menciona en el segundo capítulo los sistemas educativos han evolucionado, migrando hacia un modelo teórico – práctico, donde se persigue una mejor preparación para el estudiante, sin duda alguna en estos modelos el profesor es un facilitador, el cual se beneficia igualmente de los espacios prácticos.

Dentro de los beneficios que obtienen los profesores involucrados en este tipo de modelo, se puede citar el fortalecimiento de su capacidad de negociación, ya que al ser los profesores los directores de dichos centros, tienen que buscar alianzas con otros entes, así como buscar opciones de práctica, ya sea en instituciones gubernamentales, privadas,

entre otras, todo esto genera que tengan que expandir sus redes de contactos y su poder de negociación.

Otro de los beneficios, es el contacto con la realidad social y empresarial que enfrenta el país en el que se desarrollan, es decir, al trabajar en estos centros, los profesores pueden conocer y enfrentar distintos casos que exigen su análisis y búsqueda de posibles soluciones, esto les permite incrementar su rango de conocimiento, ya que va más allá de los casos que puedan enfrentar en sus respectivos trabajos o conocimiento académico.

También se debe mencionar que el participar en estos espacios permite a los profesores observar y notar debilidades que tienen los estudiantes y que pueden ser reforzadas en sus cursos, con lo que se evita que generaciones futuras tengan las mismas deficiencias de conocimiento.

Asimismo, la capacidad pedagógica de los profesores se pone a prueba en estos espacios, donde deben encontrar la manera más adecuada de facilitar que el estudiante pueda desenvolverse y asesorar de manera eficaz y eficiente.

También son los profesores quienes llevan todo el proceso de planeación, implementación, diseño de dichos espacios de asesoría, esto les ofrece la posibilidad de trabajar en sus habilidades de diseño de proyectos, lo que es bueno para profesionales de la mayoría de las áreas.

Por último, es importante mencionar que al igual que sucede con los estudiantes, el integrar estos centros brinda a los profesores la posibilidad de ofrecer un servicio social, el cual es de vital importancia para todo profesional.

D. Propuesta

Después de analizar los diferentes beneficios que genera para los estudiantes, las empresas y los profesores, es que se plantean las siguientes indicaciones que podrían servir de base en el caso hipotético de llevarse a cabo el centro de la carrera de aduanas y comercio exterior de la UCR.

Con respecto al espacio que se debe tener para realizar la práctica profesional en aduanas y comercio, en primera instancia y como programa piloto debería llevarse a cabo

en la UCR sede Rodrigo Facio, pero es muy necesario que estos espacios se extiendan a otras regiones, ya que de esta manera se podría llegar a empresas fuera del área metropolitana, además de lograr que participen estudiantes de las sedes regionales.

En los casos de éxito estudiados en la UCR un punto importante es que inicia de manera centralizada, con el fin de tener un ambiente controlado, de esta forma contar con un funcionamiento más estructurado y luego extenderse por otros sectores.

Por otra parte, con respecto a la obligatoriedad de la asistencia por parte de los estudiantes a este, como recomendación lo mejor es comenzar con una asistencia no obligatoria, con la participación de aquellos estudiantes que deseen asistir, comprometerse y cuenten con buenas calificaciones, siempre considerando la figura de un coordinador o líder que vele por el compromiso de asistencia y atención a las mipymes; con el tiempo esta modalidad podría cambiarse.

Basados en que se inicie en algún momento un programa piloto, es muy importante poder controlar la cantidad de estudiantes que participen del mismo, las necesidades de éstos y cómo se va desarrollando el programa como tal, con el paso del tiempo y la demanda, se pueden hacer partícipes otros estudiantes.

La flexibilidad de los horarios es un aspecto resaltado por los casos de éxito tanto dentro como fuera de Costa Rica y es un punto a tomar en cuenta, mantener horario diurnos y nocturnos ayudan a que los y las estudiantes asistan a sus clases y participen activamente del proyecto.

Un punto al que se debe dar énfasis es que los estudiantes que participen deben ser de años avanzados y haber cumplido con la mayoría de créditos respectivos, esto con el fin de que se brinde una asistencia de la mejor calidad posible por lo cual se recomienda que sean estudiantes de cuarto o quinto año de carrera.

El tener contacto con otras instituciones es un punto clave para lograr el éxito, la participación activa entre empresas públicas por ejemplo la Promotora de Comercio Exterior, COMEX y el MEIC, las empresas privadas y la universidad sus diferentes carreras universitarias.

Actualmente se cuenta con oficinas como el Centro de Asesoría para el Comercio Exterior (CACEX), la cual está dedicada a brindar apoyo y asesoría al sector exportador. Un

aspecto importante es que el supuesto caso de iniciar este tipo de proyectos, es que es necesario que los estudiantes se preparen en todos los temas sin excepción importación, exportación, zona franca y demás regímenes aduaneros existentes, por lo que centrarse en uno en específico limita el fin último de ayudar a los estudiantes a practicar sus conocimientos y generar habilidades.

Basados en lo anterior también se debe indicar que aunque es necesario tratar todos los regímenes, existen algunos temas que deberían revisarse ya que conllevan una gran responsabilidad y en algunos casos lo mejor es que no se permita su tratamiento. Por ejemplo, los consultorios jurídicos no tratan temas penales, ni gubernamentales, por la responsabilidad y consecuencia de sus resultados.

En este caso, para el tema comercial se recomienda no involucrarse en temas merceológicos puntuales ya que estos dependen de características específicas y aspectos técnicos que no se podrían tener a simple vista, en otros casos como legislación aduanera, logística, estudios de mercado, análisis de laboratorios entre otros no existiría ningún inconveniente.

Existen dos maneras de plantearlos, uno sería donde el estudiante se enfrente a un tema específico y lo trabaje por horas, y/o heredando casos, el cual sería un modelo parecido al de los consultorios jurídicos. El otro ejemplo es por módulos y temas como se realiza en la escuela de psicología.

Las alianzas estratégicas son importantes, se podría tener un centro de canalización de consultas con atención de estudiantes. En estos cuando alguna institución de apoyo al sector comercial no logre contar con el recurso o tiempo para evacuarla consultas, puede redirigirlas la universidad y su recurso humano.

El apoyo de un profesor es fundamental, ya que es la guía para que el estudiante cumpla con sus actividades de forma correcta. Después del estudio realizado se demuestra que la participación activa del profesor es fundamental.

En los casos estudiados un objetivo común es el bienestar para la comunidad y la sociedad. Este tipo de ayuda se imparte a personas con pocos recursos económicos y en condiciones de vulnerabilidad, por lo cual no se les solicita un pago por los servicios. En el caso concreto de importadores, exportadores y emprendedores no podemos indicar que sean parte de un grupo con estas necesidades.

Basados en los factores anteriores y en la población beneficiada, en el hipotético caso que se realizara el proyecto, sería factible cobrar por los servicios brindados de esta manera podría ayudarse para mantenerse en funcionamiento.

Es importante indicar que el aspecto económico es necesario ya que se necesita espacio físico, equipo de oficina y pago a los profesores, además se debe recordar que la UCR es una institución de prestigio que cuenta con capital humano de calidad y según los resultados brindados por los participantes del sondeo, en la mayoría de los casos, pagarían por estos servicios. Cabe resaltar que la finalidad del seminario no estaría en lucrar por los servicios que brinde, el monto que eventualmente pagarían las mipymes, sería mínimo para subsanar gastos administrativos.

Estas recomendaciones surgen con la finalidad de dar una guía para futuros proyectos y en que en el caso hipotético de que se cree un consultorio de asesoría en comercio exterior se cuente con un pequeño punto de partida para analizar. Cabe mencionar que la finalidad de este seminario no es adentrarse en estos detalles y por ende no se hará una mención profunda al respecto.

CONSIDERACIONES FINALES Y RECOMENDACIONES

Luego de un análisis bibliográfico exhaustivo de los antecedentes y ejemplos de centros de asesoría adscritos a universidades y otros ejemplos relacionados al comercio exterior, se procede a brindar las siguientes consideraciones finales y recomendaciones.

Dicho análisis buscó responder a la problemática de qué necesidades de asesoría tienen las personas emprendedoras y mipymes, que puedan ser suplidas mediante el establecimiento de programas de asesoría en comercio exterior adscritos a universidades.

Buscando una visualización más aplicada a la realidad se utilizó la herramienta del sondeo, para conocer la perspectiva de mipymes costarricenses y poder identificar las necesidades que ellos perciben y enfrentan en la actualidad.

Con esta base es que se identifica que tipo de capital humano-profesional debe existir en el área de comercio exterior para servir de fuente de capacitación a estas empresas.

A. Consideraciones finales

Tomando en cuenta la teoría educativa, se concluye que es vital para el desarrollo del estudiante que este tenga una interacción tanto académica en un aula como con la sociedad, lo que aunado a sus propias habilidades le permita un crecimiento integral como profesional.

Cabe mencionar que si en el proceso alguno de los anteriores no se desarrolla correctamente o falta del todo, esto va repercutir en su capacidad profesional y su habilidad en la resolución de conflictos.

Dentro de esta teoría se hace referencia a la participación del profesor como un guía u orientador de la actividad, el cual no genera un ambiente óptimo para el estudiante sino que permite que los problemas sirvan de base para desarrollar el proceso de aprendizaje.

Por el lado de la perspectiva de comercio exterior, se resalta el dinamismo que tiene este actualmente, mediante la firma de nuevos acuerdos comerciales, desarrollo de cadenas logísticas, directrices de gobiernos, decretos, entre otros.

Todo lo anterior genera un proceso de innovación para la resolución de conflictos, el cual en la mayoría de los casos requiere de tecnologías de información y asesoramiento oportuno de profesionales capacitados en la materia, ya que la mayoría de las empresas no están al tanto de los cambios que se presentan.

La misma dinámica que presenta el comercio es el que han seguido tanto la asesoría como las universidades a lo largo de la historia, las cuales han cambiado según las necesidades existentes en las sociedades a lo largo de las épocas. Resalta la división que se da en los tipos de asesoría ocurrido en 1990, donde inicia a ser conocido el término profesor-asesor.

La sinergia que ha existido desde la década de los noventa entre la asesoría y las universidades ha generado grandes aportes a las sociedades y al proceso educativo, esto mediante espacios prácticos guiados por un profesor asesor que permite a los estudiantes ejecutar sus conocimientos y tener una mejor visión de la realidad laboral que va enfrentar una vez graduado.

Dichos centros persiguen el ideal de las universidades por fomentar una cultura exportadora e importadora dentro de sus países, así como crear un semillero de empresas emprendedoras con potencial para desarrollarse en el comercio exterior.

De los ejemplos de seminarios estudiados, se resaltan las siguientes características y elementos predominantes: en la mayoría de los casos este tipo de centros son multidisciplinarios, abarcando áreas como la economía, negocios y administración de empresas. Es constante encontrar como público meta a pequeñas y medianas empresas, así como personas emprendedoras.

Dentro de los objetivos principales de estos centros está el ofrecer un diagnóstico de la empresa, consultoría en temas actuales de comercio exterior, tales como estudios de mercado, procedimientos y trámites de exportación e importación, así como un seguimiento mediante visitas empresariales, de los cuales se generan planeas de acción e intervención para las empresas.

Las alianzas entre centros educativos con entes de gobierno tipo ministerios y otras empresas asesoras son comunes. Lo que busca una capacitación más integral para los estudiantes participantes, utilizando herramientas como los seminarios introductorios, prácticos, especializados, charlas y foros.

Es común encontrar que dichos centros utilizan herramientas tipo portales electrónicos, redes sociales, entre otros para darse a conocer ante la población, así como medio de documentación virtual, base de datos, entre otros.

Por lo general estos centros adscritos a universidades gozan de gran reconocimiento y prestigio como entes de capacitación, asesoría y asistencia práctica en sus países, ya que se involucran tanto con gobiernos, instituciones públicas, privadas y otras.

Dentro de los casos de centros existentes a lo largo del mundo, se concluye que el país estudiado que cuenta con la mayor cantidad de centros de asesoría adscritos a universidades¹¹, es Colombia. Lo anterior les ofrece una gran ventaja a sus estudiantes, ya que estos se forman tanto teórica como de manera práctica.

Continuando con casos de América Latina, se tiene que México también estuvo presente durante el análisis con un centro de este tipo, y finalmente universidades de países como Australia y España, también albergan centros de este tipo. Lo anterior permite concluir que la asesoría brindada por estudiantes universitarios y la creación de centros adscritos a universidades es un fenómeno en crecimiento que no solo se ubica en América Latina.

Para el caso de Costa Rica y específicamente la UCR, no es nuevo el tema de implementar centros de asesoría, ya que como se menciona en el documento existen entre otros, dos centros operando exitosamente, tal es el caso de los Consultorios Jurídicos que se imparten en la escuela de derecho y el Centro de Atención Psicológica de la escuela de psicología.

Los consultorios jurídicos de la escuela de derecho son un ejemplo de un programa exitoso adscrito a una universidad, estos persiguen una enseñanza práctica, la cual es la mejor compañera de una buena investigación y docencia.

¹¹ Tanto en comercio exterior como en otras áreas.

Junto al espacio de práctica que conecta a sus estudiantes con la realidad social del país, el mismo es un centro de ayuda social, ya que la población beneficiada es población costarricense que no cuenta con los recursos para pagar asistencia privada, lo que permite a los estudiantes y a la escuela proyectarse socialmente.

Los Consultorios Jurídicos son un ejemplo de re-aplicación de buenas prácticas, ya que siguen los lineamientos de un patrón chileno que, cabe mencionar, ha ido evolucionando a lo largo de los años.

Y sin duda uno de los puntos más importantes a destacar analizando los consultorios jurídicos es toda la estructura y lineamientos que existen para que opere de manera eficiente y eficaz.

Dentro de esto se puede mencionar la figura del profesor asesor, el cual guía al estudiante en todo momento. Se recomienda revisar posteriormente la posibilidad de que este profesor reciba una remuneración por sus servicios, de igual manera, se propone revisar de dónde se tomarían estos ingresos, considerando como opciones los pagos realizados por las mipymes, el apoyo de la Universidad de Costa Rica o el eventual soporte de terceras instituciones.

También existen charlas para entender el modelo de trabajo, ya que como se mencionó anteriormente en el documento, en el apartado que analiza los Consultorios Jurídicos, estos son obligatorios, respaldados por una ley y parte del plan de estudios de la carrera de derecho de la UCR, además se debe tener aprobado ciertas materias y existe la posibilidad de reprobación si no se logra una evaluación satisfactoria por parte del profesor asesor, así mismo existe la posibilidad de transferir los casos de un estudiante a otro debido al cumplimiento de las horas necesarias.

Los consultorios jurídicos son una gran escuela de enseñanza para los estudiantes, ya que los enfrenta a variados temas que requieren de un conocimiento avanzado en derecho, de ahí que sean los estudiantes de últimos años los que participen.

La población meta debe someterse a un estudio que demuestre que no tienen capacidad de pago, esto respalda la labor social que se persigue y el objetivo con que operan los consultorios.

Por último, respecto a los consultorios de la escuela de derecho, se puede afirmar que han preparado a los estudiantes de la carrera a desenvolverse socialmente y a tener mayor conocimiento de los problemas que se viven en la población costarricense, al mismo tiempo que la proyección social les da a los estudiantes una dosis de servicio que es indispensable en la formación de profesionales de calidad.

Siguiendo con el Centro de Atención Psicológica de la escuela de psicología, se pueden observar características similares a los Consultorios Jurídicos, tal es el caso de ofrecer servicios gratuitos, búsqueda de proyección de social de la escuela y sin duda la de brindar a sus estudiantes la oportunidad de una educación teórica y práctica.

Por otro lado, iniciando el análisis de centros de asesoría en comercio exterior adscritos a universidades, se resalta la facultad de ciencias económicas como la más apropiada para ofrecer asesoría de este tipo, ya que esta cuenta con escuelas que imparten cursos relacionados al comercio y otros propios de la materia.

Algunos de los cursos de la escuela de administración de negocios que guardan relación con el comercio exterior son gerencia de investigación de mercados, gerencia de ventas y distribución, empresariedad e innovación, principios de mercadeo así como economía internacional, globalización y gestión gerencial.

Otra de las escuelas que imparte cursos que forman profesionales con conocimientos de comercio exterior es la escuela de economía, donde se destacan los cursos de comercio internacional, finanzas internacionales e introducción a la economía.

Por último y la más especializada en el tema es la escuela de administración pública, misma que imparte la carrera de administración aduanera y comercio exterior, esta forma profesionales que cuentan con formación en temas del comercio tales como barreras al comercio, merceología, logística y aspectos técnicos del comercio exterior, regímenes aduaneros y sus procedimientos, valoración aduanera, entre otros.

Es debido a la variedad de cursos que se imparten en la facultad de ciencias económicas, bajo sus diversas carreras, que se infiere que la facultad y en específico la escuela de administración pública, mediante la carrera de administración aduanera y comercio exterior cuenta con estudiantes debidamente calificados en estos temas.

Son muchos los beneficios que ofrecen estos centros para sus participantes, es decir público meta, estudiantes y profesores, lo que respalda la existencia de dichos centros como promotores de conocimiento en varias vías.

Existen hallazgos importantes generados del sondeo realizado a las mipymes costarricenses, entre ellos se puede mencionar la falta de estudios universitarios para el personal que opera en el área de exportaciones versus el que se desarrolla en el sector de importaciones, lo que genera la hipótesis de que son las mipymes costarricenses que buscan consolidarse en el comercio exterior las que necesitan mayor asesoría para realizar de manera exitosa sus transacciones comerciales.

También es relevante reforzar que casi el 70% de las empresas reconoce que enfrentan fallas operativas que pueden subsanarse mediante asesoría. Asimismo concuerdan en que esta es importante para fortalecer sus áreas comerciales y operativas, sin embargo, se presentan factores como el financiamiento que impide que adquieran dichos servicios.

La mayoría de las necesidades que presentan las mipymes entre las que se citan desconocimiento de leyes, mercados potenciales, y procedimientos para exportar e importar son áreas en las que los estudiantes de la carrera de administración aduanera y comercio exterior tienen conocimiento.

La falta de recursos económicos es la mayor limitante que mencionan las empresas a la hora de optar por servicios de asesoría lo que respalda la implementación de un centro que brinde asesoría de manera gratuita o a un bajo costo.

Además de los centros en asesorías que se ubican en las universidades, la población costarricense tiene acceso a otras opciones, que también les permiten acceder a servicios de asesoría, por medio de entidades gubernamentales.

Por ejemplo, en el caso de asesorías sobre temáticas aduaneras y de comercio exterior, se puede mencionar el caso PROCOMER, el cual tiene un espacio, atendido por profesionales, que buscan orientar al sector exportador / importador del país en diversos ámbitos.

Lo anterior está condicionado a las llamadas competencias legales, las cuales determinan que, ante una eventual necesidad de asesoría en un tema específico, ciertas entidades pueden brindar su criterio y ciertas no. En temas relacionados a clasificación arancelaria,

por ejemplo, PROCOMER no puede orientar a alguna empresa que lo requiera, dado que sus competencias legales no lo permiten.

Este tipo de centros de asesoría permiten a las empresas satisfacer necesidades de información, orientación en otros mercados, logística, leyes y reglamentos, requisitos de importación, exportación y otros regímenes, normas de origen y tratados de libre comercio, valoración aduanera, ya que el propósito es llegar aquellas pequeñas empresas y personas emprendedoras que deseen comenzar o evolucionar en el mundo comercial.

Por otra parte cabe destacar que las necesidades económicas que también fueron muy resaltadas por las empresas en esta investigación, no se subsanan de manera directa con este tipo de centros, pero sí se debe mencionar que una empresa con una asesoría oportuna puede lograr ahorros y mejoras sustanciales a nivel económico para su negocio, así que de manera indirecta esta necesidad se mejora.

B. Recomendaciones

Los modelos teórico- prácticos son una forma de impartir conocimiento efectiva en las casas de enseñanza que deben emplearse con más frecuencia, ya que está probada su eficiencia para el desarrollo de los profesionales mejor preparados para enfrentar la realidad laboral.

Los centros de asesoría adscritos a universidades son un ejemplo de modelo teórico-práctico exitoso, los cuales ofrecen beneficios importantes a sus participantes, es por esta gama de beneficios que se considera que implementar un mayor número de centros de este tipo en la UCR sería una buena práctica.

Dado que se estudiaron gran cantidad de casos de centros ubicados en Colombia y los mismos se han desarrollado con mucho éxito, se recomienda estudiar más a profundidad la forma de operar de los mismos y las herramientas que han utilizado las universidades, para de esta manera, lograr identificar los rasgos más favorables y adecuarlos al caso de Costa Rica.

Debido a la variedad de carreras que cuentan con conocimientos en materia de comercio exterior sería interesante el establecimiento de un centro bajo la estructura de la facultad

de ciencias económicas que se dedique a la asesoría en temas de comercio exterior, tales como estudios de mercado, procedimientos de exportación e importación, entre otros.

Otra de las razones por las que se recomienda el establecimiento de un centro en la facultad, sería por la proyección social, ya que existen otras facultades que son altamente reconocidas por su servicio social, tal es el caso de la facultad de derecho mediante los Consultorios Jurídicos, la facultad de ciencias sociales mediante el CAP y otras como la facultad de ciencias de la salud, mediante sus clínicas y otros servicios.

Si bien es cierto resulta atractivo el establecimiento de dicho centro de asesoría en la facultad de ciencias económicas, no es suficiente contar con estudiantes capacitados en la materia, ni ofrecer un espacio de servicio social que proyecte a las carreras de la facultad, ya que existen una serie de factores adicionales que deben ser estudiados y analizados.

Dentro de los factores a analizar se puede mencionar la capacidad financiera que debe existir para subsanar los gastos generados, en los que se pueden mencionar pago de profesores asesores, gastos de mobiliario, entre otros.

De igual manera, es importante que se diseñe un modelo robusto que respalde la operación de dicho centro, este debe establecer los roles y responsabilidades de todos sus participantes, es decir de profesores, alumnos y público beneficiario.

Otra de las consideraciones que debe ser previamente analizada, es el portafolio de servicios que se ofrecería en dicho centro, ya que como se detalló existen materias que se excluyen en algunos de los centros estudiados debido a la incapacidad de las universidades para asesorar en ciertas áreas.

Una buena práctica a la hora de implementar un centro sería estudiar modelos de operación que ya usan otros centros, tal es el caso de los ejemplos dentro de la misma UCR así como los casos analizados que se ejecutan en otros países como Colombia, Australia, España.

De igual manera resulta muy interesante analizar la posibilidad de realizar convenios o alianzas con otras instituciones en el país que también se dediquen a brindar asesorías en comercio exterior, y de esta forma trabajar en conjunto para que en caso que algún

centro no esté capacitado para atender la duda de la empresa, esta pueda ser remitida ante otra entidad.

En el caso de PROCOMER y la UCR, que cuentan con sedes regionales a lo largo del país, se recomienda revisar la posibilidad de realizar algún convenio que permita que un hipotético centro en comercio exterior en la UCR, atienda casos que demanden algunas empresas que se ubiquen fuera de la GAM y que por diversas razones se les dificulte el transporte hacia San José.

Igualmente sería interesante realizar proyectos en conjunto con entidades del gremio tales como: CADECXO, MEIC, MAG, Asociación de agentes de aduanas, entre otros

El tema de las competencias legales que limita a diversas entidades la posibilidad de brindar asesoría en temas específicos, puede utilizarse como un medio que permita que el centro hipotético que se desarrolle en la UCR, se promocióne como un complemento a las asesorías que se brindan actualmente, y no un centro que represente una amenaza.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, S. (2005). *Diccionario de Economía*, tercera edición. editorial Andrade.
- Ayala, F. (1998) *“La Función del Profesor como Asesor”*. México, Trillas: ITESM, Universidad Virtual.
- Beltran, C. T., & Del Castillo, R. A. (2011). Formar hombres para la sociedad: Un encargo social del profesor Asesor. *Orbita Científica.*, 1-9.
- Bernheim, T. C. (2003). Retos de la sociedad contemporánea en la educación Superior. La universidad latinoamericana ante los retos del siglo XXI (pág. 15). México D.F: Unión de Universidades de América Latina A.C.
- CECE. Centro de Consultoría Empresarial. (s.f.). *CECE. Centro de Consultoría Empresarial*. Recuperado el 16 de Octubre de 2014, de CECE. Centro de Consultoría Empresarial: <http://web.usbmed.edu.co/usbmed/pregrados/cienpresariales/cece.htm>
- Centro Virtual de Noticias de la Educación (2012). *“Icecomex gana premio nacional de exportaciones por su gestión”*. Recuperado el 05 de Octubre de 2014, desde: <http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-310768.html>
- Centro Virtual de Noticias de la Educación (2014). *“Consultorio Empresarial cambia para continuar con su liderazgo en la región”*. Recuperado el 10 de Octubre de 2014, desde: <http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-345053.html>
- Chadwick, Clifton B. (2006). La psicología de aprendizaje del enfoque constructivista. *Revista Latinoamericana de estudios educativos*. Volumen xxxi, pág.112.
- Ciccioli, Marcela. (2009). De conceptos, concepciones y confusiones respecto al constructivismo y la teoría psicogenética piagetiana: en diálogo con José Antonio Castorina. Buenos Aires, Argentina, El Cid Editor
- Consultorio Empresarial, (2014). *“Misión”*. Recuperado el 15 de Febrero de 2014, desde: <http://consultorioempresarial.co/mision>
- Consultorio Empresarial, (2014). *“Objetivos”*. Recuperado el 15 de Febrero de 2014, desde: <http://consultorioempresarial.co/objetivos>
- Consultorio empresarial; Universidad los (2014). *“Visión”*. Recuperado el 15 de Febrero de 2014, desde <http://consultorioempresarial.co/vision>
- Costa Rica On.com. (10 de setiembre de 2012). *“Carreras de Administración Pública y Aduanera reciben reacreditación”*. Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de <http://www.costaricaon.com/noticias/educacion/4523-carreras-de-administracion-publica-y-aduanera-reciben-reacreditacion.html>

- Del Cid, A. (2007). *“La investigación Científica”*. En A. Del Cid, Investigación Fundamentos y Metodología (pág. 19 a 23). México: Pearson educación.
- Espino, A & Azar P (2004) *“Comercio internacional y equidad de género. Alternativas de libre comercio e integración regional. Impactos sobre el mercado de trabajo en América Latina”*, Documento de trabajo de la red internacional de género y comercio. Recuperado el 15 de febrero de 2014 de: <http://www.generoycomercio.org/areas/incidencia/Espino.pdf>
- Esquivel, H (2008). *“Historia de la Facultad de derecho de Universidad de Costa Rica. Facultad de Derecho”*. Universidad de Costa Rica. Recuperado el 15 de Febrero de 2014, de http://derecho.ucr.ac.cr/sites/all/documentos/historia_facultad.pdf
- Facultad Ciencias Empresariales. Universidad Buenaventura. (30 de Octubre de 2014). *Facultad Ciencia Empresariales. Universidad Buenaventura*. Obtenido de Facultad Ciencia Empresariales. Universidad Buenaventura: <http://web.usbmed.edu.co/usbmed/pregrados/cienpresariales/cece.htm>
- García, C., & López Yáñez, J. (1997). *Asesoramiento curricular y organizativo en educación*. Obtenido de Grupo de Investigación Stellae: <http://stellae.usc.es/red/pages/view/28600/41-diferentes-definiciones-de-asesoramiento>.
- García, J., (2012). *Clasificación de empresas por tamaño: Pymes y MiPymes*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2015 desde: <http://ambito-financiero.com/clasificacion-empresas-tamano-pymes-mipymes/>
- INEC. *“Población Ocupada según indicadores de empleo, III Tri 2010-II Tri 2012”*. Recuperado el 25 de marzo de 2014 de <http://datos.inec.go.cr/dashboards/5340/empleo/>
- Institute for International Trade (2014). *“About the Institute for International Trade”*. Recuperado el 28 de Enero de 2015 desde: <https://iit.adelaide.edu.au/about/>
- Institute for International Trade (2014). *“Institute Education and Training”*. Recuperado el 28 de Enero de 2015 desde: <https://iit.adelaide.edu.au/study/>
- Kipping, M. (2003). *“The Evolution of Management Consultancy: Its origins and Global Development”*. In. Curnow, B., & Reuvid, J. (Eds.). International Guide to Management Consultancy: Evolution, Practice and Structure. London, GBR: Kogan Page. 29. Recuperado desde: <http://www.ebrary.com>
- Lamb C., Hair J., & McDaniel C. (2002). *“Marketing, Sexta Edición”*. International Thomson Editores
- Lexis, W. (1929). *“El Comercio”*. Editorial Labor.
- Ley General de Aduanas. (2003). *Ministerio Público, Poder Judicial*. Obtenido de <http://ministeriopublico.poder-judicial.go.cr/coop-intern/Normativa%20Nacional/03-Delitos%20Economicos/09.pdf>
- López, N., & Rodríguez, C. (s.f.). *“Derecho Comercial”*. Obtenido de El Comercio: <http://www.derechocomercial.edu.uy/respcomercio01.htm>

- Martínez, J., Vega, J., Toro, C., Sanin, P., & Alzate, J. (2005). *“Investigación en Administración en América Latina: Evolución de los resultados. Consultoría: una propuesta de Trabajo para el profesional en administración de empresas y el empresarismo”*. Recuperado el 12 de Enero de 2013 de http://www.bdigital.unal.edu.co/8477/32/9588041243_Parte10.pdf
- O. M., & Oscar, M. *«El concepto de Universidad.»* O. M., & Oscar, M. Resumen Histórico del Desarrollo de las Universidades. México: Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, 1997.p. 1.
- Organización de las Naciones Unidas. (1973). *“Aprender a ser”*. Madrid, Alianza Editorial S.A, 1era edición.
- Organización Mundial del Comercio (2013). *“Informe sobre el comercio Mundial 2013”*. Recuperado el 05 de Marzo de 2013 de: http://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/wtr13_s.htm
- Pérez Vargas, Víctor: Misión y logros de la Facultad de Derecho. Revista de Ciencias Jurídicas. N° 13, San José, Costa Rica.1969.
- Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. (2014). Facultad de ciencias jurídicas, Consultorio jurídico y Centro de conciliación. Retrieved from: <http://www.javeriana.edu.co/home>
- Proexport, Misión. (2014). *“Misión”*. Obtenido de <http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport/mision-y-vision>
- Proexport, Visión. (2014). *“Visión”*. Obtenido de <http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport/mision-y-vision>
- Programas de Formación Exportadora (PFE), Colombia Trade. (2014). *“Programas de Formación Exportadora (PFE)”*. Obtenido de <http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/programas-de-formacion-exportadora>
- Pymes Costa Rica, *“Ventanilla Única Pyme”*. (2014). Obtenido de <http://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1>
- Romero, Ricardo. Marketing. Editora Palmir E.I.R.L, Pág. 9., 1997.
- Sally A. Shumaker, A. B. (21 de febrero de 1984). Toward a Theory of Social Support:Closing Conceptual Gaps. Obtenido de Journal of Sociat Issues, Vol. 40, No. 4, 1984, p. 11-36: <http://koutsi.files.wordpress.com/2012/08/shumaker-1984.pdf>
- Sandhusen L. Richard. (2002). *“Mercadotecnia, Primera Edición”*. Compañía Editorial Continental.
- Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), *“Clasificación Pyme”*. (2015). Obtenido de <http://www.sofofa.cl/sofofa/index.aspx?channel=4301>
- Soriano, R. D. (2005). Asesoramiento en la dirección de empresas. Díaz de Santos.
- Stanton W., Etzel M., y Bruce W., (2004) *“Fundamentos de Marketing, 13va. Edición”* Editorial Mc Graw Hill.

- Universidad de Costa Rica. (2014). *“En breve”*. Recuperado desde: <http://www.ucr.ac.cr/acerca-u/u-en-breve/>
- Universidad de Costa Rica. *“Historia de la Universidad de Costa Rica. Orígenes, misión y objetivos. Descripción del Campus Universitario Rodrigo Facio”*. Recuperado el 3 de abril de 2014 de: <http://www.ucr.ac.cr/acerca-u/u-en-breve/historia.html>
- Universidad de Guadalajara (2014). Asesoría y Consultoría Organizacional a Empresas. Recuperado el 12 de Diciembre de 2014 de http://www.web.valles.udg.mx/vallesweb/?q=servicios_cuvalles/laboratorios_centros/asesorias/asesoria_y_consultoria_organizacional_a_empresas
- Universidad de Guadalajara. (2010). Dictamen N 1/2010/046. México: Universidad de Guadalajara
- Universidad de Málaga. (21 de Junio de 2013). *“Convenio de Cooperación Educativa entre la universidad de Málaga y la empresa ACJ Moral consultores para la realización de prácticas externas de estudiantes universitarios”*.
- Universidad del Norte. *Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Proexport*. (s.f.). Recuperado el 08 de Octubre de 2014, de: <http://www.uninorte.edu.co/web/proexport/portafolio>
- Universidad ICESI Colombia. (2014). *“ICECOMEX”*. Recuperado el 05 de Octubre de 2014 desde: https://www.icesi.edu.co/facultad_ciencias_administrativas_economicas/icecomex.php
- Universidad ICESI, Colombia (2012). *“Convenios”*. Recuperado el 05 de Octubre de 2014 desde: <http://www.icesi.edu.co/icecomex/convenios.php>
- Universidad ICESI, Colombia (2012). *“Servicios ICECOMEX”*. Recuperado el 05 de Octubre de 2014 desde: <http://www.icesi.edu.co/icecomex/servicios.php>
- Universidad Industrial de Santander (s.f.). *Consultorio Jurídico de la Escuela de Derecho y Ciencias Políticas*. Recuperado el 29 de Setiembre de: <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/academia/facultades/cienciasHumanas/escuelas/derecho/consultorioJuridico.html>
- Velázquez, M. d. (2012). *Manual de la consultoría Administrativa*. México: Plaza y Valdés S.A.
- Zapata, M (2012). *“Teorías y modelos sobre el aprendizaje entornos conectados y oblicuos. Bases para un nuevo modelo teórico a partir de una visión crítica de conectivismo”*. Universidad de Alcalá. Recuperado el 27 de Noviembre de 2013 http://eprints.rclis.org/17463/1/bases_teoricas.pdf.

ANEXOS

Anexo #1: Plan de estudios de Bachillerato, carrera de Economía.

Anexo #2: Objetivos específicos y contenidos del curso de comercio internacional, carrera de Economía.

Anexo #3: Programa del curso Finanzas internacionales, carrera de Economía.

Anexo #4: Plan de estudios de Bachillerato, carrera de Administración aduanera y comercio exterior.

Anexo #5: Respuestas al sondeo: Necesidades de mipymes.

Anexo #1: Plan de estudios de Bachillerato, carrera de Economía.

SIGLA	NOMBRE DEL CURSO	REQUISITOS	CO	C
I AÑO I CICLO				
EG-I	CURSO INTEGRADO DE HUMANIDADES I	---	---	6
EF-	ACTIVIDAD DEPORTIVA	---	---	0
MA-1001	CÁLCULO I	---	---	3
EC-4101	DATOS ECONÓMICOS	---	---	3
EG-	CURSO DE ARTE	---	---	2
EC-1100	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	---	---	4
			SUBTOTAL	18
I AÑO II CICLO				
EG-II	CURSO INTEGRADO DE HUMANIDADES II	EG-I	---	6
MA-1023	CÁLCULO CON OPTIMIZACIÓN	MA-1001 o MA-0213	MA-1004	4
MA-1004	ÁLGEBRA LINEAL	---	---	3
EC-2100	TEORÍA MICROECONÓMICA 1	MA-1001 o MA-0250, EC1100	---	4
			SUBTOTAL	17
II AÑO III CICLO				
MA-1030	INTRODUCCIÓN A LA PROBABILIDAD	MA-1023 o MA-0232	---	4
SR-I	SEMINARIO DE REALIDAD NACIONAL I	EG-II	---	2
EC-3200	TEORÍA MACROECONÓMICA 1	MA-0450 o MA-1001, EC-1100	---	4
MA-1005	ECUACIONES DIFERENCIALES	(MA-1002 o MA-0360, MA-1004) o (MA-1023, MA-1004) o MA-0232	---	4
EC-2200	TEORÍA MICROECONÓMICA 2	(EC-2100, MA-1023) o (MA-0450, XS-0103)	---	4
			SUBTOTAL	18
II AÑO IV CICLO				
XS-0104	INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA ESTADÍSTICA	MA-1030 o XS-0103	---	4
CI-0108	COMPUTACIÓN PARA ECONOMISTAS	(MA-1001, MA-1004) o XE-0270	---	4
HA-1415	HISTORIA ECONÓMICA	EC-3200, EC-2100	---	3
EC-2201	TEORÍA DE JUEGOS E INFORMACIÓN	EC-2200, MA-0103	---	4
EC-3201	TEORÍA MACROECONÓMICA 2	MA-1005, EC-2200, EC-3200	---	4
			SUBTOTAL	19
III AÑO V CICLO				
FL-3119	CURSO BÁSICO DE REDACCIÓN	---	---	3
OPT-	CURSO EXTRACURRICULAR	---	---	3
EC-4200	ECONOMETRÍA	XS-0104 o MA-1004	---	3
EC-1300	HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO	HA-1415, EC-3201	---	3
EC-2300	COMERCIO INTERNACIONAL	EC-2200, EC-2201	---	3
EC-3300	CRECIMIENTO Y CICLOS	EC-3201	---	3
EC-1301	SEMINARIO DE ECONOMÍA CONTEMPORÁNEA /a	EC-2201	---	0
			SUBTOTAL	18

a/Este curso se aprueba con la asistencia a un cierto número de sesiones.

SIGLA	NOMBRE DEL CURSO	REQUISITOS	CO	C
III AÑO VI CICLO				
EC-4301	MACROECONOMETRÍA	EC-3201, EC-4200, CI-0108	---	3
EC-4300	MICROECONOMETRÍA	EC-2200, EC-4200, CI-0108	---	3
SR-II	SEMINARIO DE REALIDAD NACIONAL II	SR-I	---	2
EC-2301	ECONOMÍA FINANCIERA	(EC-2201, EC-4200) o XE-0163	---	3
EC-2302	ECONOMÍA PÚBLICA	EC-2201, EC-4200	---	3
EC-3302	ECONOMÍA MONETARIA	EC-3300, EC-4200	---	3
EC-3301	MACROECONOMÍA INTERNACIONAL	EC-4200, EC-3201	---	3
			SUBTOTAL	20
IV AÑO VII CICLO/c				
RP-	REPERTORIO	---	---	3
OPT-	CURSO EXTRACURRICULAR	---	---	3
OPT-	OPTATIVO/b	---	---	3
OPT-	OPTATIVO/b	---	---	3
OPT-	OPTATIVO/b	---	---	3
EC-1400	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN ECONÓMICA I	EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302	---	3
			SUBTOTAL	18
IV AÑO VIII CICLO				
OPT-	OPTATIVO /b	---	---	3
OPT-	OPTATIVO/b	---	---	3
OPT-	OPTATIVO/b	---	---	3
OPT-	OPTATIVO/b	---	---	3
EC-1401	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN ECONÓMICA II	EC-1400	---	3
			SUBTOTAL	15
TOTAL BACHILLERATO				143

b/ Cada estudiante deberá matricular siete cursos optativos escogidos de la lista de cursos optativos que se ofrecen en esta malla.

c/ Para matricular los cursos del VII y VIII ciclo deberá contar con el nivel C1 de inglés, certificado por la Escuela de Lenguas Modernas.

Cada estudiante deberá realizar 300 horas de Trabajo Comunal Universitario para optar por el título de Bachillerato en Economía.

SIGLA	NOMBRE DEL CURSO	REQUISITOS	CO	C
-------	------------------	------------	----	---

ESCUELA DE ECONOMÍA

EC-1001	ECONOMÍA URBANA Y REGIONAL	(EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302) o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-1002	HISTORIA ECONÓMICA 2	HA-1415, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-1003	EPISTEMOLOGÍA DE LA ECONOMÍA	EC-1300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-1004	ÉTICA Y ECONOMÍA	EC-1300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-1005	ECONOMÍA AMBIENTAL Y DE RECURSOS NATURALES	EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-1006	TEORÍA DEL DESARROLLO ECONÓMICO	EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-1007	HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO II	EC-1300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302, HA-1415 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-1008	DEBATES SOBRE LA ECONOMÍA DE MERCADO	EC-1300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302, o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-2001	FINANZAS CORPORATIVAS	EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-2002	VALORES DE RENTA FIJA	EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-3002	ECONOMÍA POST-KEYNESIANA	EC-3300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-3003	CRISIS FINANCIERAS	EC-3300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-3004	TEMAS DE ECONOMÍA INTERNACIONAL	EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-3005	TEORÍA DEL CRECIMIENTO	EC-3300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-3006	CRECIMIENTO ECONÓMICO AVANZADO	EC-3300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-2013	ECONOMÍA DE LA FAMILIA	EC-3300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3

SIGLA	NOMBRE DEL CURSO	REQUISITOS	CO	C
-------	------------------	------------	----	---

ESCUELA DE ECONOMÍA

EC-2014	ECONOMÍA POLÍTICA	EC-3300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-2015	TEORÍA DE CONTRATOS	EC-3300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3
EC-4001	TÓPICOS AVANZADOS DE ECONOMETRÍA	EC-3300, EC-2301, EC-2302, EC-3301, EC-3302 o (EX-0163, XE-0453, XE-0167)	---	3

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

DN-0160	PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD	DN-0101 o XE-0161 o EC-2200	DN-0101/3	4
---------	----------------------------	-----------------------------	-----------	---

ESCUELA DE MATEMÁTICAS

MA-0150	PRINCIPIOS DE MATEMÁTICA	---	---	4
MA-0250	CÁLCULO EN UNA VARIABLE I	MA-0150	---	4
MA-0350	CÁLCULO EN UNA VARIABLE II	MA-0250	---	4
MA-0360	ÁLGEBRA LINEAL I	MA-0250 o MA-0304	---	4
MA-0450	CÁLCULO EN VARIAS VARIABLES	MA-0350	---	4
MA-0460	ÁLGEBRA LINEAL II	MA-0360	---	4

3/Este correquisito es solo exigido para la población estudiantil de la carrera Dirección de Empresas

Según adición a resolución VD-R-9024-2014 de noviembre de 2014

Actualizado 4/11/2014 por ALCS

Anexo #2: Objetivos específicos y contenidos del curso de comercio internacional, carrera de Economía.

EC-2300 Comercio internacional
XE-0451 Comercio internacional

Créditos:	3	Modalidad:	
Ciclo en el plan de estudios:		Horario:	K18:00 -
Clasificación:	Propio de la Unidad Académica	Aula:	143CE

Requisitos:

Correquisitos:

PROFESOR

Nombre Profesor(a): Alonso Alfaro Urena

Correo electrónico: alonso.alfaro@gmail.com

Horario consulta: Coordinar por correo

Oficina:

ASISTENTE

Nombre Asistente:

Correo electrónico:

DESCRIPCIÓN:

Una de las primeras áreas en contar con planteamientos formales en el estudio de la economía fue comercio internacional (David Ricardo). Durante mucho tiempo se intentó explicar el comercio como una consecuencia de las diferencias entre países, ya fuera en términos de tecnología, factores, tamaño, etc. En los últimos treinta años resultó evidente que los modelos "viejos" de comercio internacional no explican por qué existe tanto comercio entre países que son similares. De la misma manera, no es posible explicar por qué se comercian bienes que son prácticamente iguales. La "nueva" teoría del comercio intenta dar respuesta a estas interrogantes. Actualmente hay un alto interés académico por el desarrollo de modelos de comercio que expliquen la forma en la que las empresas ingresan a nuevos mercados y cómo se organizan las compañías multinacionales para producir bienes que atraviesan diferentes etapas de producción en diferentes lugares del mundo ("nueva nueva" teoría del comercio). Este curso intenta sentar bases sólidas y formales respecto a la "vieja" teoría del comercio al mismo tiempo que se introducen conceptos de la "nueva" y "nueva nueva" teoría de comercio. La "ventaja comparativa" con la que cuenta el estudio del comercio internacional es la relativa facilidad con la que se pueden contabilizar las transacciones de bienes. Mientras que otras áreas de estudio requieren de encuestas o experimentos, o bien son sujetas de problemas de agregación, en general es posible identificar fácilmente transacciones internacionales incluyendo el tipo de bien transado, el monto, el vendedor y el comprador. Esto facilita la validación empírica de las teorías planteadas. Existe, no obstante, problemas para medir otro tipo de transacciones que no sea comercio de bienes. ¿Cómo medimos el comercio de servicios cuando es difícil observar estas transacciones? ¿Qué ocurre con bienes que no son estrictamente privados, tales como las ideas? ¿Por qué las empresas fragmentan la producción en diferentes lugares del mundo? ¿Son dueñas de las empresas con las que realizan los intercambios de bienes intermedios?

OBJETIVO GENERAL:

Estudiar elementos básicos de la teoría de comercio internacional: por qué ocurre y qué modelos han surgido a lo largo de la historia para explicarlo, las razones para el traslado de los medios de producción (trabajo y capital) a través de las fronteras, la externalización de los procesos productivos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Estudiar la influencia en el desarrollo del comercio internacional de:
 - la tecnología, la dotación relativa de factores de la producción, los gustos, los rendimientos crecientes, mercados no competitivos, la división en procesos productivos con distinta utilización relativa de factores, la distancia, el tamaño de los mercados
 - Estudiar los efectos del comercio internacional sobre el precio de los bienes finales y de los factores de la producción, tanto en el corto plazo como en el mediano plazo.
 - Estudiar los efectos del movimiento internacional de factores de producción en el corto y el mediano plazo.
 - Analizar las causas y consecuencias de la externalización de procesos productivos (outsourcing).
 - Estudiar los instrumentos de la política de comercio internacional.
 - Introducir la discusión de mercados regionales y subregionales, tratados de libre comercio y la Organización Mundial del Comercio.
 - Introducir al estudio de las relaciones entre comercio internacional y crecimiento.
 - Introducir al estudio del tema de la globalización.
-

CONTENIDOS:

- Comercio en la economía mundial.
 - Comercio y tecnología: El modelo ricardiano.
 - Repaso de ventajas comparativas. Repaso de equilibrio del consumidor y de equilibrio del productor.
 - Ganancias y pérdidas del comercio en el modelo de factores específicos.
 - Comercio y recursos: El modelo Heckscher-Ohlin.
 - Movimiento de trabajo y capital entre países.
 - Modelo Armington, introducción a ecuaciones de gravedad.
 - Rendimientos crecientes a escala y competencia imperfecta.
 - Externalización de bienes y servicios.
 - Aranceles y cuotas de importación con competencia perfecta.
 - Aranceles y cuotas de importación con competencia imperfecta.
 - Los subsidios a la exportación en la agricultura y en las industrias de alta tecnología.
 - Acuerdos internacionales: comercio, trabajo y medio ambiente.
-

METODOLOGÍA:

Clases magistrales.

NORMAS DE CUMPLIMIENTO:

Para las tareas es permitido discutir el trabajo, pero el trabajo se debe presentar individualmente a menos que se indique lo contrario.

EVALUACIÓN:

Tareas

30

Examen Parcial

35

Examen final

35

ESPECIFICACIONES DE LA EVALUACIÓN:

En los exámenes se incluirán preguntas sobre las lecturas asignadas en clase.

BIBLIOGRAFÍA:

Bibliografía base

- Feenstra y Taylor (2008) Primera Edición, ya que es la que cuenta con versión traducida (Ediciones Reverté).

- International Economics (Ninth Edition). Krugman, Obstfeld, Melitz.

Bibliografía complementaria

- Appleyard (2010) International Economics.

CRONOGRAMA DEL CURSO

2014-08-12

Anexo #3: Programa del curso Finanzas internacionales, carrera de Economía.



XE-0452 FINANZAS INTERNACIONALES
EC- 3003 CRISIS FINANCIERAS
PRIMER CICLO 2014

PROFESORA: Anabelle Ulate
anabelle.ulate@ucr.ac.cr

OBJETIVO GENERAL: Estudiar la economía de la crisis financiera, con especial énfasis en la crisis de 2008.

Al finalizar el curso los y las estudiantes deben estar en capacidad de:

- 1-Utilizar la teoría y los modelos económicos para estudiar las causas de la crisis financiera y discutir la eficacia de las respuestas políticas a estos episodios.
- 2- Analizar las principales crisis económicas en Costa Rica como a nivel internacional durante el siglo pasado.
- 3 Analizar las causas y consecuencias de la reciente crisis financiera y la crisis del euro.
- 4- Entender por qué se producen las crisis financieras, así como los costosos que le genera a las economías en cuestión,
- 5- Analizar qué políticas pueden llevarse a cabo para disminuir la frecuencia con que se producen estas crisis.

CRÉDITOS: 3

REQUISITOS: XE-0450, XE-0451 / EC-3300

EVALUACIÓN

Exámenes cortos, llamadas orales, trabajos cortos	30%
Revisión crítica de un libro	30%
Examen comprensivo	40%

LIBROS DE REFERENCIA:

- Allen Franklin and Gale Douglas. *Understanding Financial Crises*
Galbraith John Kenneth .1990. *A Short History of Financial Euphoria*. Penguin Books.
Haberler Gottfried.1946. *Prosperity and Depression*. Third Edition. United Nations. New York.
Hull John 2002. *Introducción a los mercados de futuros y opciones*. 4ta Edición.Pearson Prentice Hall. Caps 1,2,3,4,6 y 7
Kindleberger Charles P. and Robert Z. Aliber.2005. *Manias, Panics And Crashes: A History Of Financial Crises*. Fifth Edition.
Krugman Paul.2009. *The Return of Depression Economics*. *W.W. Norton & Company Ltd. New York*.

REVISIÓN DE LIBROS

- Akerlof G and Shiller R.2009. *Animal Spirits*. Princeton University Press.New Jersey.
Nassim N. Taleb.2005. *Foiled by Randomness*.Random House.
Reinhardt, Carmen, and Kenneth Rogoff, *This Time Is Different: Eight Centuries of Financial Folly*. Princeton University Press

I FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO FINANCIERO

Esta sección describe la microestructura del mercado cambiario, define los conceptos principales del mercado e introduce el concepto de cobertura y de los instrumentos que se utilizan para llevarla a cabo.

1. Definición de mercado cambiario.
2. Arbitraje, especulación en el mercado *spot*
3. Mercado cambiario a plazo
4. Cobertura, *swaps*.
5. Futuros y opciones en moneda extranjera

LECTURAS

*Hull John 2002. *Introducción a los mercados de futuros y opciones*. 4ta Edición.Pearson Prentice Hall. Caps 1,2,3,4,6 y 7



II: CRISIS FINANCIERAS Y ECONÓMICAS EN LA HISTORIA PASADA

- Tulipomania, La Banque Royale, the South Sea Bubble
- The First and Second Banks of the United States
- October 1929 and the Great Depression

LECTURAS:

J.K. Galbraith *A Short History of Financial Euphoria*

Allen Franklin and Gale Douglas. *Understanding Financial Crises. Caps.12*

G. Grantham, "The Great Depression (1927 -1940)", unpublished mimeo, 2011

III: CRISIS FINANCIERAS Y ECONÓMICAS EN LA HISTORIA RECIENTE

- Latin American problems, 1970s and 1980s
- Japan's "lost decade", 1980s and 1990s
- The Asian Crisis, late 1990s

LECTURAS: P. Krugman, *The Return of Depression Economics* (Chapters 1-5)

S. Johnson and J. Kwak, *13 Bankers* (Chapters 2, 3, and 4)

L. Summers, "International Financial Crises: Causes, Preventions, and Cures", *American Economic Review* , May 2000.

R. Dornbusch, Y. Park and S. Claessens, "Contagion: Understanding How It Spreads", *The World Bank Research Observer* , August 2000.

C. Ragan, "Expectations and Exchange Rate Overshooting".

IV CRISIS FINANCIERA 2007-2008

- Hipotecas subprime, crédito, global savings glut, and other elements
- El colapso inmobiliario de EEUU
- La crisis financiera y el "credit crunch"
- Respuesta de política internacional
- Respuesta de Costa Rica.

LECTURAS: Federal Reserve Bank of St. Louis, (2009) "The Financial Crisis: A Timeline of Events and Policy Actions,"

P. Krugman, *The Return of Depression Economics* (Chapters 6-10)

"The U.S. Housing Collapse and the Financial Crisis of 2007-2008" CBC, *Crisis and Intervention* (Overview chapter)

C. Reinhart and V. Reinhart, "After the Fall", mimeo, August 2010.

B. Bernanke, "Monetary Policy Since the Onset of the Crisis", presentación en el *Federal Reserve Bank of Kansas Symposium*, Jackson Hole, August 2012.

L. White, "The Credit Rating Agencies", *Journal of Economic Perspectives* , Spring 2010.

M. Mayo. "Why Wall Street Can't Handle the Truth", *Wall Street Journal*, November 8, 2011.

TD Economics, "U.S. Financial Regulatory Reform and the Dodd-Frank Bill", July 2010.

The Economist, "Too Big Not to Fail", February 18th , 2012.

J. Cassidy, "The Volker Rule", *The New Yorker* , July 26, 2010

Barro, Robert, "Government Spending is No Free Lunch", *The Wall Street Journal*, January 22, 2009.

* Krugman, Paul, "Stimulus Arithmetic (Wonkish but Important)" *The Conscience of a Liberal*.

* Stiglitz, Joseph E., "The \$1 Trillion Answer," *The New York Times*, November 29, 2008.

Barro, Robert, "Stimulus Spending Doesn't Work," (with C.J. Redlick) *The Wall Street Journal*, October



1, 2009.

Hall, Robert E, "By How Much Does GDP Rise If the Government Buys More Output?" *Brookings Papers on Economic Activity* 2:2009, pp. 183-250.

Alan J. Auerbach, William G. Gale, and Benjamin H. Harris, "Activist Fiscal Policy," Working Paper, August 2010.

ORIGEN DE CRISIS

Levine Ross.2010. "An Autopsy of the U.S. Financial System. NBER Working Paper 15956. Cambridge.Massachusetts.April

Brunnermeier Markus K.2008. Deciphering the Liquidity and credit Crunch 2007-08. Working Paper No.14612
<http://www.nber.org/papers/w14612>

Diamond and Rajan. "The Credit Crisis:Conjectures about Causes and Remedies "

RESPUESTA DE POLÍTICA

Shapiro, M.D., and Slemrod, J.B., "Did the 2008 Tax Rebates Stimulate Spending?" NBER working paper w14753 (February 2009).

Summers, Lawrence, "Why America Must Have a Fiscal Stimulus," *Financial Times*, January 6, 2008:

Stiglitz, Joseph E., "Obama's Ersatz Capitalism," *The New York Times*, March 31, 2009.

Taylor John B. 2009. "The Financial Crisis and The Policy Responses: An empirical Analysis of What Went Wrong" NBERWorking paper 14631. Cambridge Massachusetts.January

V LA CRISIS EUROPEA

- Areas monetarias óptimas
- Dinámica de la deuda
- Evolución de la deuda europea
- Opciones de política y perspectivas

LECTURAS: P. Krugman, "Can Europe Be Saved?", *New York Times Magazine*, January 12, 2011.

M. Higgins and T. Klitgaard, "Saving Imbalances and the Euro Area Sovereign Debt Crisis", *Current Issues*, Federal Reserve Bank of New York, Fall 2011.

G. Friedman, "Global Economic Downturn: A Crisis of Political Economy", *Geopolitical Weekly*, August 2011.

Conference Board of Canada, "The Endgame for the Euro: Three Unattractive Options", May 2012.

VI TEORÍAS SOBRE LAS CRISIS FINANCIERAS

- Definición de crisis
- Modelos sobre crisis
 - Animal spirits:
 - Espiral deflacionaria de flujos
 - Paradoja del ahorro
 - Reducción de costos
 - Espiral deflacionaria de stocks:
 - Nivel de deuda
 - Nivel de crédito
 - Fallas de coordinación

LECTURAS: G.Gorton 2012."Some Reflections on The Recent Financial Crisis".Yale International Center for Finance. Working Paper No.12-23.

Kindleberger and R.Z. Aliber

Allen Franklin and Gale Douglas. *Understanding Financial Crises*. Cap.2 y 3

Hall R.E. 2010. "Why Does the Economy Fall to Pieces after a Financial Crisis?". *Journal of Economic Perspectives*.Vol24.No.4.Fall.pp3-20.



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Krugman, Paul, "Nobody Understands the Liquidity Trap (Wonkish)", *The Conscience of a Liberal*, July 14 2010.

VII SÍNTESIS Y PERSPECTIVAS

- Debates sobre orígenes de la crisis
- Críticas a la respuesta de política
- Retos para la macroeconomía

LECTURAS:

Barton D., "Capitalism for the Long Term", *Harvard Business Review*, March 2011

Krugman P., "The Profession and the Crisis", *Eastern Economic Journal*, p.307-312.

White W., "Modern Macroeconomics Is on the Wrong Track", *Finance and Development*, December 2009.

TRABAJOS:

Akerloff Shiller *Animal spirits*

Keynes

Fisher

Minsky

Taleb: *Fooled by Randomness*

F. Knight

Allen

Rogoff & Reinhart. *This Time is different*

Kindleberger

Galbraith

Anexo #4: Plan de estudios de Bachillerato, carrera de Administración aduanera y comercio exterior.

FASCÍCULO UNIDAD ACADÉMICA

Escuela: ADMINISTRACION PUBLICA

Carrera 330208 DIPL.ADM.ADUANERA Y BACH.Y LIC.ADM.ADUANERA Y COM.

Plan de Estudio 2 PLAN NUEVO I-2008

Enfasis 0 Bloque Común(no hay énfasis)

Nivel	Curso	Nombre del curso	*Horas*				Cred.	Requisitos y Req. Equivalentes	Correquisitos y Correq. Equivalentes
			T	P	L	TP			
1	EF-	ACTIVIDAD DEPORTIVA	0	0	2	0	0		
1	EG-I	CURSO INTEGRADO DE HUMANIDADES I	8	0	0	0	6,0		
1	HA1001	HISTORIA DE LAS INSTITUCIONES DE COSTA RICA	4	0	0	0	4,0		
1	MA0125	MATEMÁTICA ELEMENTAL	6	0	0	0	2,0		
1	XE0156	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	4	0	0	0	4,0		
1	XP0106	INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR Y ADUA	3	0	0	0	2,0		
			Grado: BACHILLERATO				Créditos nivel 1 : 18		
2	EG-II	CURSO INTEGRADO DE HUMANIDADES II	8	0	0	0	6,0	EG-I	
2	MA0230	MATEMÁTICAS PARA CIENCIAS ECONÓMICAS I	5	0	0	0	4,0		
2	XP0201	ECONOMÍA INTERNACIONAL	3	0	0	0	2,0	XE0156	
2	XP0213	MERCEOLOGÍA I	3	2	0		3,0	XP0106	
2	XP1002	PENSAMIENTO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRA	3	0	0	0	3,0		
			Grado: BACHILLERATO				Créditos nivel 2 : 18		
3	OPT786	OPTATIVO DE IDIOMA I					4,0		
3	XP0223	MERCEOLOGÍA II	3	2	0	0	4,0	XP0213	
3	XP0301	ASPECTOS LEGALES DEL PROCEDIMIENTO ADMIN	3	0	0	0	3,0		
3	XP0302	COMERCIO MULTILATERAL	3	0	0	0	3,0	XP0106	
3	XS0276	ESTADÍSTICA GENERAL I	2	2	0	0	4,0	MA0225 Equiv.: MA0230 o MA1001	
			Grado: BACHILLERATO				Créditos nivel 3 : 18		
4	EG-	CURSO DE ARTE	3	0	0	0	2,0		
4	OPT797	OPTATIVO DE IDIOMA II					4,0		
4	SR-I	SEMINARIO DE REALIDAD NACIONAL I	3	0	0	0	2,0	EG-II	
4	XP0333	MERCEOLOGÍA III	3	2	0	0	4,0	XP0223	

FASCÍCULO UNIDAD ACADÉMICA

Escuela:

ADMINISTRACION PUBLICA

Carrera 330208 DIPL.ADM.ADUANERA Y BACH.Y LIC.ADM.ADUANERA Y COM.
Plan de Estudio 2 PLAN NUEVO I-2008
Enfasis 0 Bloque Común(no hay énfasis)

Nivel	Curso	Nombre del curso	*Horas*				Cred.	Requisitos y Req. Equivalentes	Correquisitos y Correq. Equivalentes
			T	P	L	TP			
4	XP0401	COMERCIO REGIONAL	3	0	0	0	3,0	XP0302	
4	XP0527	DERECHO ADUANERO	3	0	0	0	3,0	XP0301	
Grado: BACHILLERATO			Créditos nivel 4 : 18						
5	XP0105	MERCEOLOGÍA IV	3	2	0	0	4,0	XP0333	
5	XP0501	ARANCEL ADUANERO Y BARRERAS AL COMERCIO	3	0	0	0	3,0		XP0105
5	XP0502	REGÍMENES ADUANEROS Y SUS PROCEDIMIENTOS	3	0	0	0	3,0	XP0527	
5	XP0503	VALORACIÓN ADUANERA DE MERCANCÍAS I	3	0	0	0	3,0	XP0527	
5	XP2038	CONTABILIDAD GENERAL I	4	0	0	0	4,0	MA0225 Equiv.: MA0230 o MA1001	
Grado: BACHILLERATO			Créditos nivel 5 : 17						
6	OPT798	OPTATIVO DE IDIOMA III					2,0		
6	SR-II	SEMINARIO DE REALIDAD NACIONAL II	3	0	0	0	2,0	SR-I	
6	XP0601	NORMAS DE ORIGEN	3	2	0	0	4,0	XP0501	
6	XP0602	REGÍMENES ADUANEROS Y SUS PROCEDIMIENTOS	3	0	0	0	3,0	XP0502	
6	XP0603	VALORACIÓN ADUANERA DE MERCANCÍAS II	3	0	0	0	3,0	XP0503	
6	XP2039	CONTABILIDAD GENERAL II	4	0	0	0	4,0	XP2038	
Grado: BACHILLERATO			Créditos nivel 6 : 18						
7	RP-I	REPERTORIO	3	0	0	0	3,0		
7	XP0104	SISTEMAS DE INFORMACIÓN ADUANEROS	4	0	0	0	4,0	XP0602	XP0702
7	XP0701	LOGÍSTICA Y ASPECTOS TÉCNICOS DEL COMERCIO	3	0	0	0	3,0	XP0401	
7	XP0702	TALLER SOBRE OPERACIONES DE COMERCIO EXTERNO	1	2	0	0	2,0	XP0501; XP0602; XP0603	
7	XP3005	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA I	3	0	0	0	3,0	XP2039	
7	XP4016	INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS ADMINISTRATIVO I	3	0	0	0	3,0		
Grado: BACHILLERATO			Créditos nivel 7 : 18						

FASCÍCULO UNIDAD ACADÉMICA

Escuela: ADMINISTRACION PUBLICA

Carrera 330208 DIPL.ADM.ADUANERA Y BACH.Y LIC.ADM.ADUANERA Y COM.
Plan de Estudio 2 PLAN NUEVO I-2008
Enfasis 0 Bloque Común(no hay énfasis)

Nivel	Curso	Nombre del curso	*Horas*				Cred.	Requisitos y Req. Equivalentes	Correquisitos y Correq. Equivalentes
			T	P	L	TP			
8	XP0801	MERCADEO INTERNACIONAL	3	0	0	0	3,0	XP0701	
8	XP0802	CONTROL ADUANERO Y FACILITACIÓN DEL COME	3	0	0	0	3,0	XP0702	
8	XP0803	FISCALIZACIÓN ADUANERA	3	0	0	0	3,0	XP0702	
8	XP0804	COMERCIO ELECTRÓNICO	3	0	0	0	3,0	XP0701	XP0801
8	XP3009	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD	3	0	0		3,0	XP1002	
8	XP4020	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	3	0	0	0	3,0		
Grado: BACHILLERATO			Créditos nivel 8 : 18						
9	XP0560	ACCESO A MERCADOS	3	0	0		3,0	XP0802 Equiv.: XP3015 o XP4022	
9	XP0562	COMERCIO DE MERCANCÍAS I	3	0	0		3,0	XP0802 Equiv.: XP3015 o XP4022; XP0804 Equiv.: XP3015 o XP4022	
9	XP0563	COMERCIO DE SERVICIOS	3	0	0		3,0	XP0802 Equiv.: XP3015 o XP4022; XP0804 Equiv.: XP3015 o XP4022	
9	XP0901	GESTIÓN DE PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIO	3	0	0	0	3,0	XP3005 Equiv.: XP3015 o XP4022; XP4020 Equiv.: XP3015 o XP4022	
9	XP0902	ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO INTERNACIO	3	0	0	0	3,0	XP0802 Equiv.: XP3015 o XP4022	
Grado: LICENCIATURA			Créditos nivel 9 : 15						
10	XP0572	COMERCIO DE MERCANCÍAS II	3	0	0	0	3,0	XP0562	
10	XP0574	ADMINISTRACIÓN DE TRATADOS, CONVENIOS Y A	3	0	0		3,0	XP0560	
10	XP1003	GERENCIA DE EXPORTACIONES	3	0	0	0	3,0	XP0901	
10	XP1004	ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIACIÓ	3	0	0	0	3,0	XP0902	
10	XP1005	AGENDA INTERNACIONAL	2	0	0	0	2,0	XP0804	
Grado: LICENCIATURA			Créditos nivel 10 : 14						
11	XP9500	INVESTIGACION DIRIGIDA 1	0	0	0	0	0		
11	XP9501	INVESTIGACION DIRIGIDA 2	0	0	0	0	0	XP9500	
11	XP9502	INVESTIGACION DIRIGIDA 3	0	0	0	0	0	XP9501	
11	XP9600	SEMINARIO DE GRADUACION 1	3	0	0	0	2,0		

FASCÍCULO UNIDAD ACADÉMICA

Escuela: ADMINISTRACION PUBLICA

Carrera 330208 DIPL.ADM.ADUANERA Y BACH.Y LIC.ADM.ADUANERA Y COM.
Plan de Estudio 2 PLAN NUEVO I-2008
Enfasis 0 Bloque Común(no hay énfasis)

Nivel	Curso	Nombre del curso	*Horas*				Cred.	Requisitos y Req. Equivalentes	Correquisitos y Correq. Equivalentes
			T	P	L	TP			
11	XP9601	SEMINARIO DE GRADUACION 2	4	0	0	0	2,0	XP9600	
11	XP9602	SEMINARIO DE GRADUACION 3	2	0	0	0	2,0		
11	XP9700	PRÁCTICA DIRIGIDA 1	2	0	0	0	2,0		
11	XP9701	PRÁCTICA DIRIGIDA 2	3	0	0	0	2,0		
11	XP9702	PRACTICA DIRIGIDA 3	2	0	0	0	2,0		

Grado: LICENCIATURA

Créditos nivel 11 : 12

Total créditos énfasis 0 : 184

Total cursos énfasis 0 : 64

Total de créditos : 184

Observaciones generales del plan de estudio Ninguna

Carrera 330208 DIPL.ADM.ADUANERA Y BACH.Y LIC.ADM.ADUANERA Y COM.
Plan de Estudio 2 PLAN NUEVO I-2008

Bloques Optativos

Bloque Optativo OPT786 OPTATIVO DE IDIOMA I

Observaciones:

Curso	Nombre del curso	*Horas*				Cred.	Requisitos y Req. Equivalentes	Correquisitos y Correq. Equivalentes
		T	P	L	TP			
LM1030	ESTRATEGIAS DE LECTURA EN INGLÉS I (PARA OTRAS CARRERAS)	6	0	0	0	4,0		
LM2030	COMPRESIÓN DE LECTURA EN FRANCÉS I	6	0	0	0	4,0		
LM4030	ITALIANO INTENSIVO I	6	0	0	0	4,0		
LM5030	PORTUGUÉS INTENSIVO I	6	0	0	0	4,0		

FASCÍCULO UNIDAD ACADÉMICA

Escuela: ADMINISTRACION PUBLICA

Carrera 330208 DIPL.ADM.ADUANERA Y BACH.Y LIC.ADM.ADUANERA Y COM

Plan de Estudio 2 PLAN NUEVO I-2008

Bloques Optativos

Bloque Optativo OPT786 OPTATIVO DE IDIOMA I

Observaciones:

Curso	Nombre del curso	*Horas*				Cred.	Requisitos y Req. Equivalentes	Correquisitos y Correq. Equivalentes
		T	P	L	TP			
LM6030	CHINO INTENSIVO I	6	0	0	0	4,0		
LM7030	JAPONÉS INTENSIVO I	6	0	0	0	4,0		

Bloque Optativo OPT797 OPTATIVO DE IDIOMA II

Observaciones:

Curso	Nombre del curso	*Horas*				Cred.	Requisitos y Req. Equivalentes	Correquisitos y Correq. Equivalentes
		T	P	L	TP			
LM1032	ESTRATEGIAS DE LECTURA EN INGLÉS II (PARA OTRAS CARRERAS)	6	0	0	0	4,0	LM1030 Equiv.: LM1004	
LM2032	COMPRESIÓN DE LECTURA EN FRANCÉS II	6	0	0	0	4,0	LM2004 Equiv.: LM2030	
LM4032	ITALIANO INTENSIVO II	6	0	0	0	4,0	LM4001 Equiv.: LM4030; LM4002 Equiv.: LM4030	
LM5032	PORTUGUES INTENSIVO II	6	0	0	0	4,0	LM5001 Equiv.: LM5030; LM5002 Equiv.: LM5030	
LM6032	CHINO INTENSIVO II	0	0	0	6	4,0	LM6002 Equiv.: LM6030	
LM7032	JAPONÉS INTENSIVO II	6	0	0	0	4,0	LM7030	

Bloque Optativo OPT798 OPTATIVO DE IDIOMA III

Observaciones:

Curso	Nombre del curso	*Horas*				Cred.	Requisitos y Req. Equivalentes	Correquisitos y Correq. Equivalentes
		T	P	L	TP			
LM2003	FRANCÉS BÁSICO I	3	0	0	0	2,0		
LM3001	ALEMÁN BÁSICO I	3	0	0	0	2,0		
LM4001	ITALIANO BÁSICO I	3	0	0	0	2,0		
LM5002	PORTUGUES BASICO II	3	0	0	0	2,0	LM5001	

Anexo #5: Respuestas al sondeo: Necesidades de mipymes.

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 1

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Búsqueda de medios eficientes p/ importar. Debilidad= mismo operado, no busca opciones + costo.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- * 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Normalmente impulsores son pocos gerente y colaboradores, una sola persona no conoce todo, por lo general son administradores

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, training // Acompañamiento pl ver procesos en una
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
- * 2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique servicios integrales
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

No se conoce ni se ha tenido cotizado.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- ② Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- ③ Ni uno ni otro
- ④ De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en Ni uno ni otro ~~de acuerdo~~ ?
Herramienta de apoyo pero no son promotores adecuados
pública del modelo educativo

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- ① Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?
Ayuda la causa cualquiera, ante eventualidad podría asistir.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo.*****

<u>Datos de la Empresa:</u>	
Nombre de la empresa:	<u>Prodimer. (Distribucion y Mercadeo).</u>
Año en que fue fundada:	<u>2009</u>
Persona entrevistada:	<u>Jose Pablo Gutierrez.</u>
Puesto que ocupa:	<u>Asistente Gerencia</u>
Correo Electrónico:	<u>p.guti240@gmail.com</u>
Teléfono:	<u>8003-9184.</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 2

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
 3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

- Cadena de mando, responsabilidades, división de tareas.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

* Pymes las inst. ponen trabas. Burocracia de reglamentos dificulta los procesos que no son 100% conocidos.
(firma digital.)

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg. 15)

9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios

2. Charlas

3. Conferencias

4. Talleres

8. Otros especifique, _____

9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios

2. PROCOMER

3. Instituciones Privadas

4. Universidades Públicas

8. Otros, especifique _____

9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida

2. El precio

3. Años de experiencia en el mercado

4. Que ofrezca servicios personalizados

8. Otros, especifique _____

9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)

2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.

9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

serv. tienen costos altos, el costo del mencionado se asocia con mala calidad.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique No están dispuestos a pagar
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en De acuerdo?
Recíprocamente. Trazabilidad de la oportunidad de los estudiantes de desarrollarse en lo que estudian y a las empresas de asesorarse

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

El dueño no está dispuesto, él cree que todo es para él no está dispuesto a escuchar 2 opiniones.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Pimientas y Especias de CA.

Año en que fue fundada: _____

Persona entrevistada: Vanessa Cortés.

Puesto que ocupa: Asistente de Gerencia y Exportaciones.

Correo Electrónico: nutrinoni@racsa.ccr.cr.

Teléfono: 2201-5716.

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 31

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?
 1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.
Corri
2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
 1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde
3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?
1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde
4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
2. No
9. No responde
5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
 2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

problema sistemas este año

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

A veces no llegan directrices / + planta + verticales + econoc.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique MAG _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Es un rango aceptable

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en De acuerdo. ?

Jóvenes tienen buenas ideas para ayudar a procesos.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Porque las ideas nuevas son buenas, para fomentar comercio y agilizar procesos.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo.*****

<u>Datos de la Empresa:</u>	
Nombre de la empresa:	<u>Sustainable Trading Company</u>
Año en que fue fundada:	<u>2000.</u>
Persona entrevistada:	<u>Arellys Coto.</u>
Puesto que ocupa:	<u>Exportaciones.</u>
Correo Electrónico:	<u>arelys@stc-coffee.com</u>
Teléfono:	<u>2279-1093.</u>

Universidad de Costa Rica.
Escuela de Administración Pública:
Carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 4

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

- 1. San José
- 2. Alajuela
- 3. Cartago
- 4. Heredia
- 5. Guanacaste
- 6. Puntarenas
- 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

- 1. Menos de 15 personas
- 2. De 15 a menos de 30 personas
- 3. De 30 a menos de 50 personas
- 4. 50 o más personas
- 9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

- 1. Importación
- 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
- 3. Ambas
- 9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

1. Si
2. No (pase a la preg. 8)
9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
2. Desconocimiento de mercados potenciales.
3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
4. Falta de recursos económicos suficientes.
8. Otros, especifique _____
9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Encargados faltos de estudios administradores puros, leyes y reglamentos
la info no está tan a la mano.
Recursos = limitante para empezar desde cero.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

1. Si
2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres

8. Otros especifique, Asesoría / Estudios Mercados Outsourcing.

9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas

8. Otros, especifique Particular.

9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados

8. Otros, especifique Conocimiento técnico comprobable.

9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.

9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Todo serv. profesional otorga el merito a la empresa.
Precio depende de complejidad.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique Mensual
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en Muy de acuerdo

Ahorra tiempo donde buscar info
+ recursos. porque estudiantes no cobran tan caro.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Por el ahorro en tiempo y recursos económicos.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

<u>Datos de la Empresa:</u>	
Nombre de la empresa:	<u>Surt & Skate CR.</u>
Año en que fue fundada:	<u>2014</u>
Persona entrevistada:	<u>Francisco Alvarado.</u>
Puesto que ocupa:	<u>Gerente General.</u>
Correo Electrónico:	<u>fralvarado.gomez@gmail.com</u>
Teléfono:	<u>6061-8199</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 5

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
 2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si *unos si, otros no*
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Errores comunes en comunicación, no se sabe reaccionar ante una eventualidad con la carga. Solo saber hacer el mecanismo normal y si algo sucede no saben como reaccionar.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

- ① Que sea una empresa reconocida
- ② El precio
- ③ Años de experiencia en el mercado
- ④ Que ofrezca servicios personalizados
- ⑧ Otros, especifique Ubicación _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
- ② Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Mas o menos es lo que pagarían, no + de \$ 500.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en De Acuerdo ?

Experiencia había dudado a los directores pero eventualmente participarían.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Novedad del conocimiento, estudiantes tienen conocimiento fresco e ideas innovadoras.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

<u>Datos de la Empresa:</u>	
Nombre de la empresa:	<u>PANASA</u>
Año en que fue fundada:	<u>1995</u>
Persona entrevistada:	<u>Andrea Meneses</u>
Puesto que ocupa:	<u>Coordinadora impositiva</u>
Correo Electrónico:	<u>a.menesesfernandez@gmail.com</u>
Teléfono:	<u>2537-2680</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 6

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
 3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

El tipo de Agricultura en temas técnicos.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios

2. Charlas

3. Conferencias

4. Talleres

8. Otros especifique, _____

9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios

2. PROCOMER

3. Instituciones Privadas

4. Universidades Públicas

8. Otros, especifique Certificado Global GAP

9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida

2. El precio

3. Años de experiencia en el mercado

4. Que ofrezca servicios personalizados

8. Otros, especifique _____

9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)

2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.

9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Tenemos un auditor, tenemos que estar siempre cumpliendo con sus regulaciones, se le paga pero no se refiere a cuanto.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

2. Semestral
3. Trimestral
8. Otro, especifique _____
9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni uno ni otro
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo
9. No responde

20. ¿Por qué estaría en _____?

Existe mucho pequeño agricultor que desconoce los alcances, no solo el proceso de cultivar sino también el proceso de exportar y muchos intermediarios se llevan

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

1. Si
2. No
9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Posiblemente sí, dependiendo de los temas, pero somos una empresa establecida;

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Bracam Pital S.A.

Año en que fue fundada: 6 años. / 2009.

Persona entrevistada: Alfonso Mora.

Puesto que ocupa: Encargado Recurso humanos, export y agroquímicos.

Correo Electrónico: _____

Teléfono: ∧ 2473-1344 / 83558142.

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 7

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
 3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

1. Si
2. No (pase a la preg. 8)
9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
2. Desconocimiento de mercados potenciales.
3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
4. Falta de recursos económicos suficientes.
8. Otros, especifique _____
9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Por falta de capacitación se desconoce un poco, así de las leyes actuales así como de dinero para invertir en capacitación. generalmente se conoce o informa a los medios de comunicación, agente aduanero

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

1. Si
2. No (Pase a la preg. 15)
9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios

2. Charlas

3. Conferencias

4. Talleres

8. Otros especifique, _____

9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios

2. PROCOMER

3. Instituciones Privadas

4. Universidades Públicas

8. Otros, especifique _____

9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida

2. El precio

3. Años de experiencia en el mercado

4. Que ofrezca servicios personalizados

8. Otros, especifique _____

9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)

2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.

9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Por la situación actual los importadores no invierten en asesorías, ya que el dinero con el que no cuentan, y si lo tienen lo usan en otras cosas.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en _____?

Porque se retroalimentaría a los funcionarios en materia arancelaria y de tramitología para su importación

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Es una oportunidad de conocimiento y capacitación a los profesionales en el departamento, pueden retroalimentarse y aprender de la legislación y tener más conocimiento profesional.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Melodia Importaciones S.A.

Año en que fue fundada: 1990

Persona entrevistada: Marcela Marin Pizarro.

Puesto que ocupa: Encargada de Importaciones y compras.

Correo Electrónico: mmarin@melodiaimportaciones.com

Teléfono: 2221-6221 ext 148.

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 8

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

-Comunicación,

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si *
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2 No (Pase a la preg.15)

9 No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios

2. Charlas

3. Conferencias

4. Talleres

8. Otros especifique, _____

9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios

2. PROCOMER

3. Instituciones Privadas

4. Universidades Públicas

8. Otros, especifique _____

9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida

2. El precio

3. Años de experiencia en el mercado

4. Que ofrezca servicios personalizados

8. Otros, especifique _____

9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)

2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.

9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Si no pagamos no tendríamos ayuda y esta sería para nosotros muy útil y creo que este monto cubriría lo básico.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

2. Semestral
3. Trimestral
8. Otro, especifique _____
9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni uno ni otro
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo
9. No responde

20. ¿Por qué estaría en muy de acuerdo?

Porque yo no conocia nada y creo que si uno tiene acceso a un lugar donde le pueden explicar sería mucho más facil

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

1. Si
2. No
9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

A veces los estudiantes tienen los conocimientos más frescos, que las personas que llevan años en esto.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Corporación Chayotico.

Año en que fue fundada: alrededor de 13 o 14 años.

Persona entrevistada: Marianela

Puesto que ocupa: Encargado logística.

Correo Electrónico: _____

Teléfono: 8772-1007.

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 9

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

La empresa cuenta con pocos empleados y es difícil estar al tanto de la información nueva en Comercio, el mismo está cambiando mucho y cada día es más difícil.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

No estudie comercio aprendi porque comence hace muchos años, para la empresa y en general para las mipymes se desconoce de las leyes y los reglamentos, todo cambia mucho.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios

2. Charlas

3. Conferencias

4. Talleres

8. Otros especifique, _____

9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios

2. PROCOMER

3. Instituciones Privadas

4. Universidades Públicas

8. Otros, especifique _____

9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida

2. El precio

3. Años de experiencia en el mercado

4. Que ofrezca servicios personalizados

8. Otros, especifique Una relación cercana de mucha confianza.

9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)

2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.

9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Dice no conocer los precios, pero que eso para él no es importante, pero prefiere no responder.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

2. Semestral
3. Trimestral
8. Otro, especifique _____
9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni uno ni otro
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo
9. No responde

20. ¿Por qué estaría en muy de acuerdo?

Yo no tengo problema con que sean estudiantes, siempre detrás de ellos están los profesores y la educación que han recibido desde el inicio de la carrera, tenemos que darles chance.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

1. Si
2. No
9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Tenemos que darle oportunidad a los chicos, ellos son dinámicos, tienen más ideas, a veces la gente con 40 años de experiencia, está cansada y sus ideas no son tan actuales.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Exportaciones Donatella S.A

Año en que fue fundada: 2012

Persona entrevistada: Ugur Hafizoglu

Puesto que ocupa: Tesorerero, Socio

Correo Electrónico: _____

Teléfono: 8789-19-30

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 10

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

1. Si
2. No (pase a la preg. 8)
9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
2. Desconocimiento de mercados potenciales.
3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
4. Falta de recursos económicos suficientes.
8. Otros, especifique _____
9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Con esto usted puede enviar a sus empleados a capacitaciones, mantenerlos al tanto de las cosas que pasan.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

1. Si
2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios

2. Charlas

3. Conferencias

4. Talleres

8. Otros especifique, _____

9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios

2. PROCOMER

3. Instituciones Privadas

4. Universidades Públicas

8. Otros, especifique _____

9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida

2. El precio

3. Años de experiencia en el mercado

4. Que ofrezca servicios personalizados

8. Otros, especifique _____

9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)

2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.

9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Porque la idea de la empresa es reducir los gastos lo más que se pueda, para tener mayores ganancias

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en de acuerdo ?

Sería una opción económica, porque se ayuda a las empresas pequeñas, además ustedes practican, sería mutuo, nos ayudan y se ayudan.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Por la distancia no estaría interesada, si existiera una en San Carlos, si.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:	
Nombre de la empresa:	<u>Verita tropicals.</u>
Año en que fue fundada:	<u>2011</u>
Persona entrevistada:	<u>Alonso Sanchez</u>
Puesto que ocupa:	<u>Coordinador logístico.</u>
Correo Electrónico:	_____
Teléfono:	<u>8992-8999</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 11

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

-El encargado de la logística se fue y ninguno sabía, así que la debilidad es la falta de conocimiento, ya que cometemos errores por esta situación.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.

8. Otros, especifique _____

9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Por lo general la gente comienza porque prueban y aprenden con el paso del tiempo, algunos les va bien a otros no, pero muchas no saben y se enfrentan a esto solas.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg. 15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
- ③ Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
- ④ No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

* Como empresa nos hemos visto afectados con el clima por eso en este momento económicamente no podemos pagar por el servicio.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en muy de acuerdo

Porque a veces la empresa necesita una guía, pero a las pequeñas nos cuesta comenzar y mantenernos, además estaría al alcance económica, me parece muy bien.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Claro que sí, no veo ningún problema nos ayudarían mucho, además que los jóvenes tienen ideas frescas.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Asociación de Productores Industriales del Norte (Apeonorte)

Año en que fue fundada: 2004

Persona entrevistada: Oscar Rodríguez Ieda

Puesto que ocupa: Coordinador logístico

Correo Electrónico: o.rodriguez@agronorte.cr.com

Teléfono: _____

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 12

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

- En las partidas arancelaria desconocimiento, muchas veces se conoce hasta q' llegan a RL.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Normalmente uno busca solo Estados Unidos pero existen otras mercados q' no se conocen y que podrian sacarle provecho.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

- 1. Seminarios
- 2. Charlas
- 3. Conferencias
- 4. Talleres
- 8. Otros especifique, _____
- 9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

- 1. Ministerios
- 2. PROCOMER
- 3. Instituciones Privadas
- 4. Universidades Públicas
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

- 1. Que sea una empresa reconocida
- 2. El precio
- 3. Años de experiencia en el mercado
- 4. Que ofrezca servicios personalizados
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

- 1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
- 2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
- 3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
- 4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
- 9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en De acuerdo ?

Porque si la promueven de forma en que den conocimiento, sería una guía, mientras nos ayuden de la manera correcta.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Porque a veces le queda a uno dudas, sería una excelente iniciativa.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:	
Nombre de la empresa:	<u>Refrigeración y Soluciones de Fr</u>
Año en que fue fundada:	<u>2007</u>
Persona entrevistada:	<u>Gabriela Sanchez</u>
Puesto que ocupa:	<u>Gerente Administración</u>
Correo Electrónico:	_____
Teléfono:	<u>8336-88-49</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 13

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?
1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.
2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde
3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?
1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde
4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
2. No
9. No responde
5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

- Un auxiliar en conocimiento, comercial, desconocimiento de leyes, reglamentos y de mercados, problemas de idioma.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios

2. Charlas

3. Conferencias

4. Talleres

8. Otros especifique, _____

9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios

2. PROCOMER

3. Instituciones Privadas

4. Universidades Públicas

8. Otros, especifique _____

9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida

2. El precio

3. Años de experiencia en el mercado

4. Que ofrezca servicios personalizados

8. Otros, especifique _____

9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)

2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.

9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Depende del Servicio ofrecido.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en muy de acuerdo?

las 2 partes se ven beneficiada, es muy importante, ya que mi empresa solo nos dedicamos a producir, no sé nada con relación a la parte comercial, confío en mi agencia aduanal.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Sería un apoyo al alcance económico,

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Comercializadora de Productos de Exportación By6 de Veracruz S.A.

Año en que fue fundada: 1998.

Persona entrevistada: Gilberto Jimenez

Puesto que ocupa: Representante legal

Correo Electrónico: _____

Teléfono: 8545-2710.

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 14

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?
1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.
2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
 4. 50 o más personas
9. No responde
3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?
1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
 3. Ambas
9. No responde
4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
 1. Si
2. No
9. No responde
5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
 1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Actualizaciones, es algo que cambia todos los días,
puede que siempre existan algo nuevo

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

- Porque la escolaridad
- Capacitación

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg. 15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios

2. Charlas

3. Conferencias

4. Talleres

8. Otros especifique, _____

9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios

2. PROCOMER

3. Instituciones Privadas

4. Universidades Públicas

8. Otros, especifique

9. No responde

Agencia aduana / Hacienda

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida

2. El precio

3. Años de experiencia en el mercado

4. Que ofrezca servicios personalizados

8. Otros, especifique _____

9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)

2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.

9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Normalmente x eso anda

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en my d _____?

Es importante en la línea de Alimentos, me parece excelente la iniciativa la UCR tiene mucho prestigio y es pública

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Asistenten mucho al cica-cita de la UCR en alimentos

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

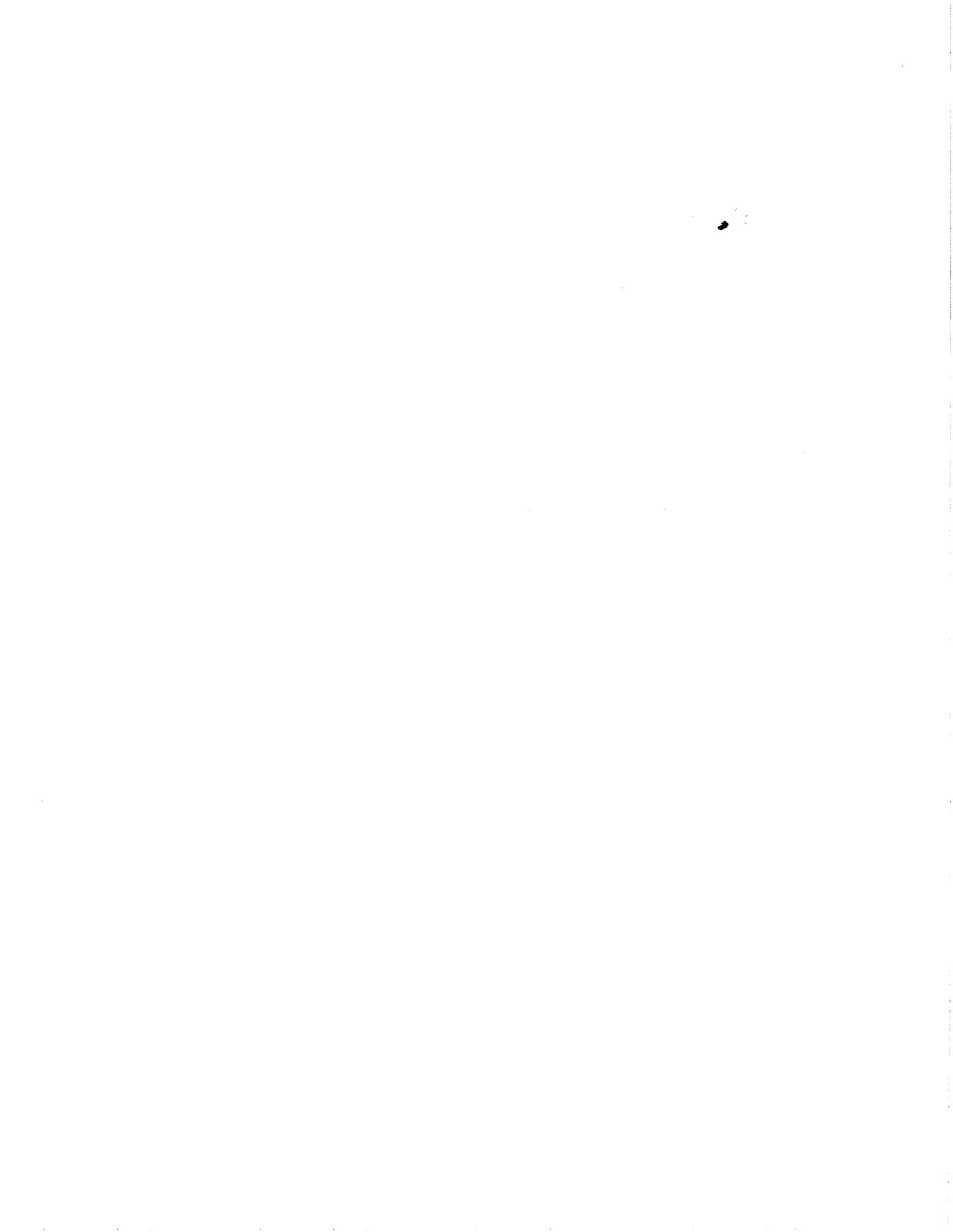
Datos de la Empresa:	
Nombre de la empresa:	<u>Alimentos</u>
Año en que fue fundada:	<u>40 años</u>
Persona entrevistada:	<u>Erick Hidalgo Valverde</u>
Puesto que ocupa:	<u>Encargado de Compras</u>
Correo Electrónico:	_____
Teléfono:	<u>2574 - 6203 ext 106</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 15

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde. Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?
1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste Puntarenas 7. Limón.
2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
 De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde
3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?
 Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde
4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
 Si
2. No
9. No responde
5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
2. No
 No responde



6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

Si

2. No (pase a la preg. 8)

9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Sistemas operativos deficientes
Manejo materia prima, inventario

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido

2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido

3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido

4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido

9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.

2. Desconocimiento de mercados potenciales.

3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.

4. Falta de recursos económicos suficientes.

8. Otros, especifique _____

9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, Capacitaciones
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Depende del tipo

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual
2. Semestral
3. Trimestral

8. Otro, especifique Depende del caso.
9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni uno ni otro
4. De acuerdo
 5. Muy de acuerdo
9. No responde

20. ¿Por qué estaría en _____?
Atención personalizada y disponible, bien empaquetados

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

1. Si
2. No
9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?
Para actualizarse.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:	
Nombre de la empresa:	<u>Agroindustrial Zeledón Maffio</u>
Año en que fue fundada:	<u>2000</u>
Persona entrevistada:	<u>Susana Zeledón Maffio.</u>
Puesto que ocupa:	<u>Servicio al cliente</u>
Correo Electrónico:	<u>Susana@zeledonmaffio.com</u>
Teléfono:	<u>2663-5164</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 16

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde. Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?
 San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.
2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
 1. Menos de 15 personas
 2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde
3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?
1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
 3. Ambas
 9. No responde
4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
2. No
 9. No responde
5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
2. No
 9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

1. Si

No (pase a la preg. 8)

9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido

2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido

3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido

No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido

9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.

2. Desconocimiento de mercados potenciales.

3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.

4. Falta de recursos económicos suficientes.

Otros, especifique _____

9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Procomel

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, VCR
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual
2. Semestral
3. Trimestral

8. Otro, especifique _____

~~9~~ No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

1. Muy en desacuerdo

~~2~~ En desacuerdo

3. Ni uno ni otro

4. De acuerdo

5. Muy de acuerdo

9. No responde

20. ¿Por qué estaría en _____?

Lo que requiere es capital

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

1. Si

~~2~~ No

9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

lo que necesita es capital

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Vinos con Julián

Año en que fue fundada: 1996

Persona entrevistada: Victor Julio Mora Arias

Puesto que ocupa: Propietario

Correo Electrónico: vinosconjulianoorganicos@hotmail.com

Teléfono: 8704 5587

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 17

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde. Marcar con un círculo las respuestas.

1. ~~En~~ ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

- ~~1.~~ San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
~~2.~~ De 15 a menos de 30 personas
~~3.~~ De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

- ~~1.~~ Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

Industria

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
~~2.~~ No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
~~3.~~ No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Detalles, Regulaciones, leyes

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Sempre hay Regulaciones

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Depende del tipo de asesoría.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual
2. Semestral
3. Trimestral

8. Otro, especifique _____

No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

1. Muy en desacuerdo

2. En desacuerdo

3. Ni uno ni otro

4. De acuerdo

5. Muy de acuerdo

9. No responde

20. ¿Por qué estaría en _____?

UCR saca muy buenos profesionales,
buen aliado, respaldo

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

1. Si

2. No

9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

por el respaldo que significa y ofrece la
UCR

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo.*****

22-10-2015

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Mobiequipos S.A

Año en que fue fundada: 1964

Persona entrevistada: Roy Blondo

Puesto que ocupa: Gerente de producción

Correo Electrónico: royblondo@mobiequipos.com

Teléfono: 2222-7396

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 18

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde. Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. ~~Ximón.~~

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
~~X~~ 4. 50 o más personas
9. No responde

(430)

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
~~X~~ 3. Ambas
9. No responde

X Ex

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
~~X~~ 2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
~~X~~ 2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

Si

2. No (pase a la preg. 8)

9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Mejora de productividad

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido

2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido

3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido

4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido

No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.

2. Desconocimiento de mercados potenciales.

3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.

4. Falta de recursos económicos suficientes.

8. Otros, especifique _____

9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

N/A

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

1. Si

No (Pase a la preg. 15)

9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Si

2. No (Pase a la preg. 15)

9. No responde

N/A

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

N/A

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

N/A

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

(Depende)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual
2. Semestral
3. Trimestral

8. Otro, especifique Depende de la necesidad.
9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en _____?
Casi profesional, con capacitación mejor a veces que empresas

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Comprimos empresa sector educación recurso disponible para aprovechar

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Fructa

Año en que fue fundada: 2002

Persona entrevistada: Arlen Frans Carpio (Arlen Frans Carpio

Puesto que ocupa: Gerencio Planif y logística.

Correo Electrónico: acarpio@fructa.cr.com

Teléfono: 2765-4141

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 19

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde. Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
 2. De 15 a menos de 30 personas
 3. De 30 a menos de 50 personas
 4. 50 o más personas
 9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
 3. Ambas
 9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
 9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
 9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Falta de personal, especialización

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual
2. Semestral
3. Trimestral

8. Otro, especifique _____
9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni uno ni otro
 4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo
9. No responde

20. ¿Por qué estaría en _____?

los respalda que son ya profesionales
especializados

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

1. Si
2. No
9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

profesionales buenos y menor precio,
OCC = bueno.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo.*****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Quinagro SA

Año en que fue fundada: 1983

Persona entrevistada: Ana Castro

Puesto que ocupa: Asistente Gerencia

Correo Electrónico: info@quinagro.com

Teléfono: 2248-5186

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 20

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde. Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?
1. ~~San José~~ 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.
2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
1. Menos de 15 personas
2. ~~De 15 a menos de 30 personas~~
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde
3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?
1. Importación
2. ~~Exportación~~ (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde
4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
2. No
9. ~~No responde~~
5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. ~~Si~~
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

mercadeo retails
publicidad

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

*no se ha
necesitado
necesarios
(exorbitantes)*

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

depende en esta si conocemos pero
no todos lo hacen, siempre hace falta

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

Capacitación

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

Amun Industries

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual
2. Semestral
3. Trimestral

8. Otro, especifique _____
9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni uno ni otro
 De acuerdo
5. Muy de acuerdo
9. No responde

20. ¿Por qué estaría en _____?

Podría Ayudar tema presupuesto
todo lo que sea ayuda (recen salidos)

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- Si
2. No
9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

porque recibía asesoría de personas listas para hacer aportes, presupuesto

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo.*****

Datos de la Empresa:	Fabrica de
Nombre de la empresa:	Conos Victoria
Año en que fue fundada:	1943
Persona entrevistada:	Sergio Ortiz.
Puesto que ocupa:	Gerente Comercial
Correo Electrónico:	Soritz@conosvictoria.com
Teléfono:	22218407

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 21

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
 2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
 3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No - adm. empresas -
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Calidad, normas de origen, (se exportan como originarios y a veces no = solo planta ensamblaje).

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique Asesoría en temas de origen
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Porque son empresas pequeñas.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, consultoría // cursos con cadexca
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas inventarios
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique cadexca
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Empresa pequeña valga los gastos, solo cosas estrictamente necesario.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

2. Semestral
3. Trimestral
8. Otro, especifique _____
9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni uno ni otro
- ④ De acuerdo
5. Muy de acuerdo
9. No responde

20. ¿Por qué estaría en De Acuerdo ?

Importante consultoría que no requiere invertir tanto y disponible para consultas.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- ① Si
2. No
9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Señal un plus para la empresa y no tendrían que

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Global Lighting Solutions.

Año en que fue fundada: 2009

Persona entrevistada: Viviana Barrientos.

Puesto que ocupa: Impotaciones

Correo Electrónico: vbarrientos@glis-ca.com.

Teléfono: 2439 - 1212.

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 22

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?
 1. San José *provincia* 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón. *llata*
2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
 1. Menos de 15 personas
 2. De 15 a menos de 30 personas
 3. De 30 a menos de 50 personas
 4. 50 o más personas
 9. No responde
3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?
 1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5) *NOCA...*
 3. Ambas
 9. No responde
4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
 1. Si
 2. No
 9. No responde
5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
 1. Si
 2. No *capacitación*
 9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Teje no se abre a nuevos mercados, diversificación de productos.
los mismos desde que empezaron.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
- 4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

jete no esté dispuesto a pagar mucho dinero o no pagaría del todo.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en Muy de acuerdo?

Importante que personas que conocen del tema sean quienes asesoren. En las empresas asesoras pueden contratar gente que no conozca del tema.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Oportunidad para diversificar merk. y productos.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo.*****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Tubérculos de CR SA

Año en que fue fundada: 1998

Persona entrevistada: Dixie Rivera Solano

Puesto que ocupa: Asistente Administrativo

Correo Electrónico: administrativo@tuberculoscr.com

Teléfono: 2297-4560

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 23

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?
1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.
2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
 4. 50 o más personas *80 personas*
9. No responde
3. ^{→ salud} ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?
 1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde
4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
 1. Si
2. No
9. No responde
5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Al no ser expertos es impo l'exp siempre es bueno contar con el apoyo /opinión de una persona experta.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

agropecuaria

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Dependiendo sector ahí aparecen debilidades. NO todos tienen la capacidad / visión de negocios.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Depende de la necesidad y el tipo de asesoría.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- ⑧. Otro, especifique Lo contrataría cuando considere que sea Necesaria / depende de la necesidad.
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- ⑤. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en Muy de acuerdo?

Permite desarrollo académico al estudiantes, Rompen el monopolio de int. que brindan estos servicios. sana competencia = mejores oportunidades para los que demandan servicios.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- ①. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Capacitación siempre es importante. Información actualizada sobre procesos // disminuye la burocracia.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

<u>Datos de la Empresa:</u>	
Nombre de la empresa:	<u>LHS Servicios.</u>
Año en que fue fundada:	<u>2007</u>
Persona entrevistada:	<u>Angel Guillén</u>
Puesto que ocupa:	<u>Gerente General.</u>
Correo Electrónico:	<u>aguillen@lhascr.com</u>
Teléfono:	<u>2508-2036</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 29

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
 2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
 3. Ambas
 9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
 9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
 9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere. *(familias)*

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique Experiencia puntual (en áreas de mercaderías)
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en Muy Deacuerdo?

- Para gente empezando sirve para desarrollo profesional.
 - Investigaciones importantes para las empresas
 Beneficio ambas partes.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Sí
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Beneficios para ambos. Se asocia con menores costos que grandes empresas.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

<u>Datos de la Empresa:</u>	
Nombre de la empresa:	<u>Vyp Asesores.</u>
Año en que fue fundada:	<u>2000</u>
Persona entrevistada:	<u>Daniel Fdez.</u>
Puesto que ocupa:	<u>Encargado de compras / importaciones.</u>
Correo Electrónico:	<u>j-os-van@notmeul.com</u>
Teléfono:	<u>8028-1002.</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 25

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No (Ingenieros).
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Manejo de garantías a nivel internacional

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Leura leer y buscar información, porque los socios no son
aduaneros (ingenieros).
NO pueden encontrar lo que requieren. (bases de datos).

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados * (no sabía que es).
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Otros servicios similares andan en ese precio además lo consideran razonable.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique Mensual.
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en Muy de acuerdo?

Util para la gente que está empezando y no conoce mucho de los procesos y de los pasos y cosas a tomar en cuenta.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

1. Buena iniciativa para ayudar estudiantes.
2. Apoyo para empresas que están empezando y con bajo presupuesto.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:	
Nombre de la empresa:	<u>3-101-1643070. SA. // DE TONY.</u>
Año en que fue fundada:	<u>2015.</u>
Persona entrevistada:	<u>Isais. Sanchez.</u>
Puesto que ocupa:	<u>Socio.</u>
Correo Electrónico:	<u>isaisc@gmail.com</u>
Teléfono:	<u>8383-2588.</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 26

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?
1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.
2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?
1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde
3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?
1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde
4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
2. No
9. No responde
5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?
1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Inventarios (asesoría) manejo bodegas.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido *están buscando.*
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

1. Capacitaciones bastante costosas.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en De acuerdo ?
Ayudaría a crecimiento de la empresa y a mejorar
procesos.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?
retroalimentación para que la empresa crezca.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo.*****

<u>Datos de la Empresa:</u>	
Nombre de la empresa:	<u>Mundobrep.</u>
Año en que fue fundada:	<u>2007.</u>
Persona entrevistada:	<u>Rolando Solas.</u>
Puesto que ocupa:	<u>Encargado importaciones / exportaciones.</u>
Correo Electrónico:	<u>rolando @mundobrep. com</u>
Teléfono:	<u>2233 - 5000.</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 24

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
 3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
 3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

inventarios, manejo bodega.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Capacitaciones / asesorías son costosas.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en De acuerdo ?
Para crecimiento de la empresa y mejorar procesos.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?
Por retroalimentación que ayuda a crecimiento de la empresa

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Mayorero Agrotorretero Ucrayusa

Año en que fue fundada: _____

Persona entrevistada: Rolando Salas

Puesto que ocupa: encargado importaciones y exportación

Correo Electrónico: ro

Teléfono: 2238-5000

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 28

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
 2. De 15 a menos de 30 personas
 3. De 30 a menos de 50 personas
 4. 50 o más personas
 9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
 3. Ambas
 9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
 9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
 9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

1. Si
2. No (pase a la preg. 8)
9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
2. Desconocimiento de mercados potenciales.
3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
4. Falta de recursos económicos suficientes.
8. Otros, especifique _____
9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

1. Si
2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Si
2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios

2. Charlas

3. Conferencias

4. Talleres

8. Otros especifique, _____

9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios

2. PROCOMER

3. Instituciones Privadas

4. Universidades Públicas

8. Otros, especifique _____

9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida

2. El precio

3. Años de experiencia en el mercado

4. Que ofrezca servicios personalizados

8. Otros, especifique _____

9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)

2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)

4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.

9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

2. Semestral

- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en De Acuerdo ?
Parece una buena iniciativa.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

<u>Datos de la Empresa:</u>	
Nombre de la empresa:	<u>Mania Digital.</u>
Año en que fue fundada:	<u>1999</u>
Persona entrevistada:	<u>Rodrigo Nassar</u>
Puesto que ocupa:	<u>Gerente General</u>
Correo Electrónico:	<u>rodigo@maniadigital.com</u>
Teléfono:	<u>2290-7522</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 29

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
 4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

temas logística, personal con muy poca experiencia.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Porque en conoc. y legisl. aduanera, al no haber dpto, muchas operan a ojos tapados, en los problemas sencillos se hace un mundo. Se traen cargos sin conocimientos.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Lo barato sale caro

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique una única vez
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en ~~de~~ de acuerdo

- Ayuda mutua para estudiantes y empresas.
- Se supone un bajo costo.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Mismas razones que la pregunta anterior.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Climatiza SA.

Año en que fue fundada: 2007

Persona entrevistada: Cesar Pina.

Puesto que ocupa: Gerente logística y Provedo

Correo Electrónico: cpina@climatizacr.com

Teléfono: 2439-3390.

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 30

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
 4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
 2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

1. Si
2. No (pase a la preg. 8)
9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido → están ok
4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
2. Desconocimiento de mercados potenciales.
3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
4. Falta de recursos económicos suficientes.
8. Otros, especifique _____
9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Aspectos importantes que varias empresas tienen deficiencias.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

1. Si
2. No (Pase a la preg. 15) → nunca han contratado.
9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Monto razonable; como no han contratado no sabe cuanto
costa pero ese parece ok.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique NO.
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- NO 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- D 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en De Acuerdo ?

Es importante nuevo conocimiento, siempre hay algo q
poden aportar

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Upala Agrícola.

Año en que fue fundada: _____

Persona entrevistada: Jacqueline Lopez.

Puesto que ocupa: Asistente logística

Correo Electrónico: jlopezhenra@yahoo.com.

Teléfono: 2480-0114

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 31

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Necesidades de actualización sobre nuevas disposiciones nacionales, internacionales que ofrece el mercado /oportunidades

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en _____?

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Porque nos podríamos beneficiar con un banco de datos actualizado sobre temas de comercio internacional en materia aduanera y logística

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:	
Nombre de la empresa:	<u>Oberg CR Ltda.</u>
Año en que fue fundada:	<u>2002</u>
Persona entrevistada:	<u>Freddy Delgado</u>
Puesto que ocupa:	<u>Supervisor de compras</u>
Correo Electrónico:	<u>freddy.delgado@oberg.com</u>
Teléfono:	<u>2239 80 50 ext 2420</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 32

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
 3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Tenemos cosas que a veces no se saben completamente

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique Aranancelario
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Desconoce las partidas, tratadas

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, Auditorías
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

Realmente, no recuerdo cuanto se pagaría,

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- No/K*
- 1. Muy en desacuerdo
 - 2. En desacuerdo
 - 3. Ni uno ni otro
 - 4. De acuerdo
 - 5. Muy de acuerdo
 - 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en muy de acuerdo?
Tienen más las ganas de aprender, de desarrollarse

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

La empresa si le gustan estas iniciativas, estaria muy dispuesta en apoyar y ser apoyados.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

<u>Datos de la Empresa:</u>	
Nombre de la empresa:	<u>labs de CR. S.A</u>
Año en que fue fundada:	<u>1976.</u>
Persona entrevistada:	<u>Norma Ortega.</u>
Puesto que ocupa:	<u>Encargada de Importaciones</u>
Correo Electrónico:	_____
Teléfono:	<u>2841-59-42.</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 33

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mipymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
 2. No
9. No responde

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría?

- 1. Si
- 2. No (pase a la preg. 8)
- 9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa?

Exoneraciones de impuestos / Confeción de BLS,
Confeciones de certificados de Origen.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

- 1. Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido
- 4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido
- 9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere.

- 1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.
- 2. Desconocimiento de mercados potenciales.
- 3. Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.
- 4. Falta de recursos económicos suficientes.
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

Falta de conocimiento de las partidas arancelarias
en donde clasificar lo importado

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

- 1. Si
- 2. No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si

2. No (Pase a la preg.15)
9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa?

1. Seminarios
2. Charlas
3. Conferencias
4. Talleres
8. Otros especifique, _____
9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría?

1. Ministerios
2. PROCOMER
3. Instituciones Privadas
4. Universidades Públicas
8. Otros, especifique _____
9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en comercio exterior?

1. Que sea una empresa reconocida
2. El precio
3. Años de experiencia en el mercado
4. Que ofrezca servicios personalizados
8. Otros, especifique _____
9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
3. Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

18. ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesta la empresa a pagar en asesorías para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

1. Anual

- 2. Semestral
- 3. Trimestral
- 8. Otro, especifique _____
- 9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior?

- 1. Muy en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni uno ni otro
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo
- 9. No responde

20. ¿Por qué estaría en De acuerdo?
Sería buena saber a donde recurrir si se requiere
de este tipo de asesoría.

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?
Para profesionalizar la parte de importaciones y
licitaciones en mi empresa.

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo.*****

Datos de la Empresa:
Nombre de la empresa: <u>Inversiones Mareve S.A.</u>
Año en que fue fundada: <u>2005.</u>
Persona entrevistada: <u>Ronald Barrantes.</u>
Puesto que ocupa: <u>Gerente General.</u>
Correo Electrónico: <u>rbarrantes@inversionesmareve.com</u>
Teléfono: <u>2244-7233 ext 107.</u>

SONDEO DE INVESTIGACIÓN NECESIDADES DE MIPYMES.

No de cuestionario 34

Estamos realizando el seminario de Graduación para optar por el título de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica. El objetivo del sondeo es diagnosticar las necesidades que presentan las mi pymes en temas relacionados al comercio exterior. Agradecemos los minutos de su tiempo que nos puedan otorgar para contestar las siguientes preguntas, se les garantiza absoluta confidencialidad a las respuestas que nos brinde.

Marcar con un círculo las respuestas.

1. ¿En qué provincia se encuentra ubicada su empresa?

1. San José 2. Alajuela 3. Cartago 4. Heredia 5. Guanacaste 6. Puntarenas 7. Limón.

2. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

1. Menos de 15 personas
2. De 15 a menos de 30 personas
3. De 30 a menos de 50 personas
 4. 50 o más personas
9. No responde

3. ¿Cuál es el sector en el que se desarrolla su empresa?

1. Importación
2. Exportación (Pase a la preg. 5)
 3. Ambas
9. No responde

4. ¿Los encargados del manejo de importaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

5. ¿Los encargados del manejo de exportaciones en su empresa cuentan con estudios universitarios en el ámbito del comercio internacional?

1. Si
2. No
9. No responde

* 12 y 15 → si - no

* 3 y 13 →

* 3 y 14 →

6. ¿Considera que en su empresa hay debilidades y/o fallas operativas /comerciales que puedan subsanarse por medio de servicios de asesoría? obj 2.

1. Si

No (pase a la preg. 8).

9. No responde

7. ¿Cuáles serían esas debilidades y/o fallas operativas /comerciales que presenta la empresa? obj 2.

8. ¿Para su empresa es importante invertir en asesoría para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)? (Sondee la Respuesta)

Es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido

2. Es importante pero mi empresa no cuenta con el capital requerido

3. No es importante y mi empresa cuenta con el capital requerido

4. No es importante y mi empresa no cuenta con el capital requerido

9. No responde

9. De las siguientes opciones, ¿cuál (es) de ellas cree usted que es (son) una necesidad de las mipymes en materia comercial? Puede marcar las opciones que considere. obj -1

1. Desconocimiento sobre los procedimientos para exportar o importar.

Desconocimiento de mercados potenciales.

Desconocimiento de Leyes, Reglamentos, directrices y circulares en materia aduanera.

4. Falta de recursos económicos suficientes.

8. Otros, especifique _____

9. No responde

10. Favor justifique su respuesta anterior.

En el mundo hay muchos mercados para mucha variedad de productos ,pero las pequeñas empresas no saben dónde buscar asesoría para poder vender , distribuir y comercializar sus productos en el exterior .Mi pensamiento personal es que las pequeñas empresa experimenten primero en el mercado nacional con exportaciones a diferentes provincias aprendan a distribuir su producto a comercializarlo y después se asesore y busque mercados internacionales con ferias con charlas y capacitaciones que el propio gobierno le pueda ofrecer.

11. ¿Conocen en su empresa el tipo de asesoría que brindan las personas especializadas en el fomento del sector (exportador / importador) de las mipymes del país?

Si

2. No (Pase a la preg.15)

9. No responde

Impo - Si han contratado. 3 -

12. ¿Su empresa ha contratado servicios de asesorías de terceros para fortalecer el área comercial (exportadora / importadora)?

- 1. Si
- No (Pase a la preg.15)
- 9. No responde

13. ¿Qué tipo de asesoría han contratado en la empresa? *obj 4.*

- 1. Seminarios
- 2. Charlas
- 3. Conferencias
- 4. Talleres
- 8. Otros especifique, _____
- 9. No responde

14. ¿De qué instituciones han recibido la asesoría? *obj 5.*

- 1. Ministerios
- 2. PROCOMER
- 3. Instituciones Privadas
- 4. Universidades Públicas
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

15. ¿Cuáles de los siguientes elementos consideraría la empresa a la hora de elegir un asesor en *obj 3.* comercio exterior?

- Que sea una empresa reconocida
- 2. El precio
- 3. Años de experiencia en el mercado
- Que ofrezca servicios personalizados
- 8. Otros, especifique _____
- 9. No responde

16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta su empresa a destinar para el pago de servicios de asesoría en comercio exterior?

- 1. Menos de 100,000 colones (Pase a la preg. 18)
- 2. Entre 100,000 y 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
- Más de 250,000 colones (Pase a la preg. 18)
- 4. No estoy dispuesto a pagar por estas asesorías.
- 9. No responde (Pase a la preg. 18)

17. Favor justifique su respuesta anterior y pase a la pregunta 19.

obj 7.
 Semestral

3. Trimestral

8. Otro, especifique _____

9. No responde

19. ¿Su empresa estaría de acuerdo con la iniciativa de que se formara un centro de asesoría en comercio exterior en la Universidad de Costa Rica, atendido por estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior? obj 6,

1. Muy en desacuerdo

En desacuerdo

3. Ni uno ni otro

4. De acuerdo

5. Muy de acuerdo

9. No responde

20. ¿Por qué estaría en DESACUERDO?

Es personal que tiene estudios pero cero experiencia

21. En el caso hipotético en que se creara el centro mencionado anteriormente, ¿Se encontrarían en su empresa interesados en asistir al mismo?

1. Si

No

9. No responde

22. ¿Por qué piensa así?

Por que una cosa es el conocimiento que se adquiere en las aulas y otro es la experiencia en el campo y como estudiantes les faltaría experiencia , esto puede ocasionar una mala asesoría

*****Muchas Gracias por su tiempo, fin del sondeo. *****

Datos de la Empresa:

Nombre de la empresa: Lucas Ingenieros

Año en que fue fundada: 9 años

Persona entrevistada: Carlos Jimenez b

Puesto que ocupa: Dep importaciones y exportaciones

Correo Electrónico: cjimenez@lucasingenieros.com

Teléfono: 22395922 ext 135

APÉNDICE

BITÁCORA

Presentación

El seminario análisis de los servicios de asesoría en comercio exterior adscritos a universidades dirigidos a personas y mipymes, buscó analizar inicialmente el origen de la asesoría como herramienta utilizada por las personas y empresas para el desarrollo de sus negocios.

El primer capítulo comprende tanto el marco referencial como teórico, en el cual se definen los principales conceptos desarrollados a lo largo del documento y los referentes teóricos desde la perspectiva educativa y la de comercio exterior.

El segundo capítulo es una reseña de los orígenes de la asesoría, así como casos de éxito de programas adscritos a universidades dedicados a impartir asesoría; se buscó identificar características de estos, modelo de funcionamiento y sus principales elementos.

Una vez que se tuvo un panorama claro de la asesoría y principalmente el tipo de asesoría ligada al comercio exterior, se realizó el análisis de los casos de programas que se imparten en la UCR; esto con la idea de identificar la capacidad que tienen ciertas escuelas de la universidad para generar aporte a la sociedad, brindar a los estudiantes un espacio de práctica, modelos de financiamiento y un planteamiento del público meta.

Igualmente, para este propósito fue necesario identificar en la Facultad de Ciencias Económicas, todas las escuelas y sucesivamente las carreras que imparten cursos con contenidos de comercio exterior. Este análisis buscó identificar la capacidad como institución educativa que tiene la UCR, y en específico la Facultad de Ciencias Económicas, para ofrecer asesoría en temas de comercio exterior, tal como persigue el seminario.

Otro de los capítulos se destinó a identificar las necesidades de las mipymes costarricenses, conectando la asesoría que podría ofrecerse en la Facultad de Ciencias Económicas con las necesidades de los posibles beneficiarios.

Para lograr el objetivo descrito en el párrafo anterior se realizó un sondeo, el cual persiguió, entre otros elementos, conocer el interés de las empresas en la asesoría de comercio exterior, la frecuencia con que la necesitan, las principales áreas de interés, los entes elegidos para recibir asesorías, así como su opinión acerca de la posibilidad de contar con un centro de asesoría brindada por estudiantes de la UCR.

Justificación

La investigación se basó en cuatro pilares fundamentales, los cuales respaldan el interés por analizar los servicios de asesoría en comercio exterior adscritos a universidades, tomando como objeto de estudio a la UCR, sede Rodrigo Facio.

El primer pilar es el compromiso de la UCR con la sociedad, como una entidad formadora de profesionales y desarrolladora de conocimiento. Como segundo pilar se planteó la responsabilidad de las carreras de formar profesionales capaces de insertarse plenamente en el ambiente laboral.

El tercer pilar son los casos de éxito de programas existentes, tanto dentro como fuera de la UCR. Finalmente, el cuarto pilar se basó en la búsqueda de la excelencia y desarrollo del capital humano.

Marco metodológico

El tipo de enfoque que se utilizó en el seminario fue de tipo cualitativo. Este busca que se interiorice en el entendimiento de los fenómenos, para así comprenderlos de mejor manera. Además, “busca establecer cómo se relaciona un aspecto con otro”, (Del Cid, 2007) al describir la correlación que poseen las distintas variables.

Dado del tipo de enfoque utilizado, el seminario contó con categorías de análisis, las cuales son conceptos amplios que se estudian a profundidad y que involucran el problema

de estudio. Las categorías de análisis utilizadas fueron: servicios, asesoría, comercio exterior y mipymes.

En el desarrollo del trabajo se utilizaron herramientas de interpretación de datos y descripción de fenómenos, que se ejecutaron como resultado de la recolección bibliográfica y la aplicación de cuestionarios; además de sesiones continuas con el profesor tutor.

Las sesiones con el tutor del proyecto se realizaron de forma presencial en la UCR y por medios virtuales, por ejemplo *Skype*. En estas reuniones se analizaron y discutieron cada una de las ideas que conforman el seminario por parte de las sustentantes y el tutor.

Al ser un enfoque cualitativo, se siguió el diseño emergente, mismo que permite que se vaya explorando y analizando en el camino el fenómeno de estudio.

Para los efectos del presente seminario, la población o público meta fueron todas aquellas personas físicas que figuran como emprendedoras y operan en las ramas de comercio exterior, así como las mipymes costarricenses relacionadas con el comercio.

Asimismo se analizaron algunos ejemplos de universidades a nivel internacional que ya han implementado estos proyectos, tales como: la Universidad de los Llanos y Universidad ICESI, ambas en Colombia y la Universidad de Málaga en España. A nivel nacional se contempló únicamente a la UCR, y dentro de ella, aquellos consultorios y espacios de asesoría, que se desarrollan actualmente dentro de la institución.

Se aplicaron sondeos como herramienta investigativa a la población delimitada anteriormente, obteniendo de esta manera y de forma voluntaria, la información que permitió el análisis de las principales necesidades que presentan las mipymes, así como demás datos de interés.

Dado que para la presente investigación no se utilizó la encuesta como medio de recolección de la información, no fue necesario el desarrollo de un diseño muestral.

Dentro de las técnicas que se emplearon para recolectar la información está la técnica de investigación documental, la cual se desarrolló por medio de la revisión y análisis de documentos y bibliografía.

Esta técnica tuvo la finalidad de mostrar lo que se ha investigado anteriormente respecto al tema en estudio, así como la opinión de diversos autores y concedores de la materia.

Dentro de las fuentes que se utilizaron para llevar a cabo la investigación documental se tiene: libros, enciclopedias, publicaciones, revistas, leyes, páginas web, trabajos finales de graduación realizados por estudiantes en el pasado, entre otros.

En relación a las técnicas de análisis de la información, la investigación documental se utilizó con el fin de lograr una mejor revisión y análisis de los casos de asesoría, normativa y demás información recolectada y sustraída de fuentes como textos.

Por el contra parte, en la investigación de campo, los instrumentos utilizados para analizar la información recolectada de la fuente primaria (sujetos de estudio) fueron: cuadros, gráficos y matrices comparativas, los que mostraron los principales hallazgos, diferencias y las similitudes entre las opiniones de los encuestados.

Para la validación de la información, se utilizará la estrategia de triangulación la cual según el Seminario Profesional Aplicado a la Investigación III, se define como: “Estrategia para dar mayor validez metodológica y teórica a la investigación”; la triangulación es la combinación de métodos, fuentes, investigadores y teorías para mejorar los diseños.

Sesiones de las autoras

Las autoras realizaron sesiones semanales para la elaboración del documento del seminario de graduación. Dichas reuniones fueron presenciales y virtuales (videoconferencias).

Estas se dividieron en los siguientes tipos.

- i. Sesiones de división de tareas: dentro de las cuales se pueden citar la búsqueda de fuentes bibliográficas, solicitud de entrevistas con encargados de programas como consultorios de la escuela de Derecho y de Psicología, y revisión con asesores estadísticos.
- ii. Sesiones de redacción: este tipo de sesiones consistieron en el análisis de las fuentes bibliográficas encontradas y la redacción basada en las fuentes y la asesoría del tutor.

iii. Sesiones de revisión: en estas sesiones se procedió a revisar los comentarios de los lectores y tutor. Se realizaron cambios de redacción, puntuación, y contenido del documento, bibliografía, estructura, así como posibles análisis y agregados.

Resumen de actividades realizadas

Fecha	Actividad
24 JUNIO 2014	Entrevista con la Sra. Olga Marta Mena, directora del programa Consultorios Jurídicos, que se desarrolla en la Escuela de Derecho.
	Entrevista con la Sra. Lucía Molina en la Escuela de Psicología para conocer el Centro de Atención Psicológica y sus generalidades.
FEBRERO 2015	Sesiones para establecer la estructura del primer capítulo y distribución de tareas.
	Sesiones semanales con el tutor para analizar la distribución y estructura del primer capítulo.
MARZO 2015	Sesiones de redacción del primer capítulo por parte de las sustentantes.
	Sesiones semanales de revisión del primer capítulo con el tutor Carlos Murillo para recibir comentarios y correcciones.
ABRIL 2015	Revisión de comentarios, aplicación de correcciones del tutor sobre el primer capítulo y envío del documento a los lectores para su revisión y aprobación.
	Sesiones semanales para establecer la estructura del segundo capítulo y distribución de tareas.
MAYO 2015	Sesiones semanales de redacción del segundo capítulo.
	Sesiones semanales de revisión del segundo capítulo con el tutor Carlos Murillo y lectores para recibir comentarios y correcciones.
	Revisión de comentarios, aplicación de correcciones del

JUNIO 2015	tutor sobre el segundo capítulo y envío del documento a los lectores para su revisión y aprobación.
	Sesiones semanales para establecer la estructura del tercer capítulo y distribución de tareas.
JULIO 2015	Sesiones semanales de redacción del tercer capítulo.
	Elaboración de cuestionario para sondeo necesidades de las mipymes
AGOSTO 2015	Entrevista para la revisión de cuestionario con la escuela de estadística
	Aplicación de cuestionarios para sondeo necesidades de mipymes.
SETIEMBRE 2015	Sesiones semanales de revisión del tercer capítulo con el tutor Carlos Murillo y lectores para recibir comentarios y correcciones.
	Revisión de comentarios, aplicación de correcciones del tutor sobre tercer capítulo y envío del documento a los lectores para su revisión y aprobación.
OCTUBRE 2015	Sesiones semanales para establecer la estructura del cuarto capítulo y distribución de tareas.
	Sesiones semanales de redacción del cuarto capítulo
NOVIEMBRE 2015	Sesiones semanales de revisión del cuarto capítulo con el tutor Carlos Murillo y lectores para recibir comentarios y correcciones.
	Revisión de comentarios, aplicación de correcciones del tutor sobre el cuarto capítulo y envío del documento a los lectores para su revisión y aprobación.
DICIEMBRE 2015	Sesiones semanales para establecer la estructura del quinto capítulo y distribución de tareas.
	Sesiones semanales con el tutor para analizar la distribución y estructura del quinto capítulo.
	Sesiones semanales de redacción del quinto capítulo por

ENERO 2016	parte de las sustentantes.
	Sesiones semanales de revisión del quinto capítulo con el tutor Carlos Murillo para recibir comentarios y correcciones.
FEBRERO 2016	Revisión de comentarios, aplicación de correcciones del tutor sobre el quinto capítulo y envío del documento a los lectores para su revisión y aprobación.
MARZO 2016	Redacción de conclusiones y recomendaciones.
ABRIL 2016	Sesiones semanales de revisión final con tutor y lectores para revisar comentarios finales y cambios sugeridos.

Trabajo de campo

Para llevar a cabo el seminario, se utilizó el sondeo como herramienta para el desarrollo de la investigación. Dentro del proceso de estudio se diagnosticaron las necesidades de las personas y mipymes que califican como posibles beneficiarios de los servicios de asesoría en comercio exterior.

Para dicho sondeo se elaboró un cuestionario que constó de 22 preguntas, las cuales estuvieron orientadas a identificar algunos aspectos; tal es el caso del nivel de estudio que tienen los empleados de las mipymes que se encargan de las operaciones de importación y exportación.

El sondeo constó en su mayoría de preguntas cerradas, pero también se utilizaron algunas preguntas abiertas con el fin de conocer las debilidades y fallas operativas que presentan las empresas. Asimismo, se buscó identificar el nivel de interés que los participantes tienen respecto a la asesoría, y el conocimiento de los tipos de asesoría disponibles en el país por los diferentes entes del gobierno y organismos privados.

Se buscó identificar, con ciertas preguntas, la opinión de las mipymes respecto al establecimiento hipotético de un centro de asesoría en la UCR, atendido por estudiantes universitarios de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior. De igual forma, otro de los objetivos fue identificar si las empresas estarían dispuestas a utilizar la asesoría que pueda ser brindada en este centro.

Utilizando una base de datos obtenida del portal electrónico de la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER), se identificaron las posibles mipymes para aplicar el sondeo. Dichas empresas fueron contactadas telefónicamente por las sustentantes para aplicar el cuestionario entre diciembre de 2015 y enero del 2016.

Dificultades y limitaciones

Inicialmente se tuvo la dificultad de que en la Escuela de Administración Pública (EAP) no existe ningún estudio que guarde relación con el tema de este seminario, por lo que las fuentes bibliográficas fueron escasas y se debió proceder a obtener datos de portales electrónicos principalmente.

Dentro de otras dificultades encontradas se destaca la imposibilidad de visitar los países que cuentan con aquellos centros que se tomaron como ejemplos de éxito; esto debido a las restricciones económicas, de tiempo y laborales de las sustentantes. La información se tomó de algunos medios como redes sociales y correos que se intercambiaron con dos de las universidades estudiadas, y de fuentes digitales como los portales electrónicos de las instituciones.

En relación al trabajo de campo, fue difícil obtener respuesta por parte de las empresas. Entre las razones principales para no participar en el sondeo se encuentran la falta de interés en colaborar, ausencia de la persona encargada del área de exportaciones e importaciones y falta de tiempo para responder las preguntas.

Como otra dificultad se tuvo el poco conocimiento de las sustentantes en temas estadísticos, lo que requirió asistencia por parte de la Unidad de Servicios Estadísticos de la Escuela de Estadística, la cual se condicionó a horarios diurnos únicamente.

Dicha asistencia fue utilizada para la elaboración del cuestionario utilizado en el sondeo, así como para la tabulación del resultado de los cuestionarios.

Pendientes

Dentro de los temas que no pudieron completarse en la investigación se encuentra el análisis de más centros adscritos a universidades en países a lo largo del mundo, ya que las sustentantes buscaron analizar la mayor cantidad posible, sin embargo la falta de fuentes confiables imposibilitó dicho análisis.

Por otra parte, no se pudo tener un panorama más amplio de las necesidades de las mipymes costarricenses, dado que no hubo tiempo ni recursos para buscar opciones adicionales a la aplicación del sondeo por medio de llamadas telefónicas.