



1er. Estudio e Investigación

Uso de Internet y Nuevas Tecnologías como Herramientas para las PYMES Colombianas Exportadoras o Potencialmente Exportadoras 2008



Organizador – Gestor:



Patrocinado por:



CONTENIDO Pág.

Introducción

¿Por qué realizar un estudio así?	3
¿Quiénes desarrollan este estudio?	3
Objetivo general del estudio	3
Beneficios para el país	4
Beneficios para las pymes exportadoras	4
Beneficios para los patrocinadores y aliados	4
¿Cuál fue la muestra y metodología utilizada?	4
Estructura general del estudio	5
Definición de la estructura	6

Presentación

Cuestionario desarrollado para el estudio	7
Gráficos de Respuestas	18
Resultados del estudio – Respuesta a objetivos específicos	103
Respuestas a otros cruces relevantes del estudio	114
Conclusiones	118

INTRODUCCIÓN

¿Por qué realizar un estudio así?

Colombia se encuentra en la posición 51 de desarrollo tecnológico del mundo según la última cumbre mundial de la sociedad de la información (CMSI - Túnez), la globalización es un hecho, las empresas líderes del mercado mundial y nacional invierten día a día en llevar tecnologías que contribuyan a la disminución de la brecha digital, las Pymes, sus propietarios y gerentes saben que tienen un reto muy grande, prepararse para la competencia globalizada. Pero les falta conocimiento de cómo hacerlo.

Las herramientas tecnológicas existen y ayudan sustancialmente al crecimiento de las empresas, pero las Pymes no saben cómo adquirirlas, implementarlas y rentabilizarlas. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comunicaciones y su política de Territorios Digitales 2006-2010 busca impulsar el crecimiento económico y el desarrollo social del país mediante una sociedad informada, conectada e integrada al entorno global.

Este estudio contribuye a determinar si las pymes exportadoras o con potencial exportador usan Internet y otras tecnologías como fuente de información logística, administrativa o de mercadeo para establecer relaciones comerciales. En ese sentido permite identificar, las necesidades más relevantes que tienen para proporcionarles las herramientas y enseñarles cómo usarlas, también para que el Gobierno Nacional y los líderes de las nuevas tecnologías dispongan las condiciones y creen las estrategias que permitan el crecimiento tecnológico y económico del sector.

¿Quiénes desarrollan este estudio?

Interlat Group lidera el proyecto de investigación con la participación directa de Telmex y Cisco, y el apoyo gubernamental de Proexport, el Ministerio de Comunicaciones y el Ministerio de Comercio. Además ha contado con el respaldo de la CCIT, Colombia Digital, Ventures.com.co y las Cámaras de Comercio del país.

Objetivo general del estudio

Determinar el nivel de uso de Internet y las nuevas tecnologías en la organización como herramienta exportadora, para recomendar a los empresarios la forma de mejorar en los aspectos en que las pymes se encuentran débiles y de esta manera contribuir al crecimiento de los negocios de exportación de Colombia.

Beneficios para el país

- Disminución de la brecha digital.
- Apoyo de los líderes internacionales y nacionales a las políticas de crecimiento tecnológico y económico.
- Conocimiento de los diferentes sectores empresariales de la situación de las pymes en torno al uso de internet y las nuevas tecnologías.
- Conocimiento y preparación de las Pymes ante la globalización y los tratados por firmar.
- Mayores fuentes de empleo e ingresos por aranceles.

Beneficios para las pymes exportadoras

- Conocimiento de las nuevas tecnologías existentes para su uso.
- Preparación de sus empresas ante la globalización.
- Innovación y competitividad con empresas nacionales y extranjeras.
- Presencia efectiva y rentable en la red.
- Crecimiento de la empresa en la región.
- Referente exitoso en la región ante otras empresas.
- El hecho de estar en comunidad con plataformas y herramientas fáciles de usar, así como la promoción, redundará en más negocios para todas las pymes.

Beneficios para los patrocinadores y aliados

- Conocimiento detallado del comportamiento tecnológico del sector más determinante en el mercado colombiano.
- Saber cuánto usan estas empresas los productos y servicios de las compañías aliadas.
- Qué factores son los determinantes para la inversión en nuevas tecnologías.
- Reconocimiento de marca.
- Generación de negocios con el mercado objetivo.
- Liderazgo en el país como pioneros en el apoyo al crecimiento de las pymes.
- Creación de fuentes de empleo.

¿Cuál fue la muestra y metodología utilizada?

- Investigación no experimental de tipo descriptivo.
- Herramienta de captura: encuestas vía internet y personales, soportadas por un cuestionario de 99 preguntas.
- Muestra 800 empresas pymes con calidad exportadora.
- Muestreo estratificado proporcional
 - Bogotá (36%)
 - Medellín (16%)
 - Cali (10%)
 - Bucaramanga, Pereira, Neiva, Ibagué, Santa Marta, Barranquilla y Cartagena (38%)

- Error muestral: 3.1%.
- Nivel de confianza: 95%.

El estudio fue realizado en las 10 principales ciudades del país donde se concentra el mayor número de Pymes exportadoras o con potencial exportador de acuerdo al reporte entregado por Proexport, entidad del estado encargada de la promoción de las exportaciones de las empresas colombianas.

La selección de las pymes se hizo de manera aleatoria en cada una de estas ciudades según base de datos suministrada por Proexport. Las encuestas fueron aplicadas a gerentes generales, gerentes de exportaciones, gerentes o coordinadores de logística y directores de mercadeo de dichas empresas.

La recolección de información y aplicación de las encuestas se realizó entre diciembre de 2007 y febrero de 2008.

Estructura general del estudio

1. Caracterización de la Empresa

- Datos de contacto
- Acerca de exportaciones

2. Evaluación de Internet

- Aspectos relativos a servicio y consumo
- Sitio web
- Percepción y opinión sobre Internet
- Internet como herramienta de comunicación
- Internet como herramienta de gestión
- Internet como herramienta de marketing.

3. Evaluación de Hardware y Nuevas Tecnologías

- Situación actual
- Potencial

4. Logística

- Generalidades

Definición de la estructura

Para las fases de configuración del cuestionario se contó con la colaboración de las empresas Telmex, Cisco, el Politécnico Grancolombiano y la empresa de consultoría Opinionmeter Colombia; donde se dio origen a cuatro principales grupos temáticos. La base de datos de la pymes Colombianas se obtuvo con el apoyo de Proexport y las Cámaras de Comercio de las ciudades donde se aplicó la encuesta.

1. Caracterización de la Empresa.

Se determina la cantidad de empresas colombianas exportadoras o que se están preparando para exportar, en qué macro sectores de la economía se encuentran, cuántos años llevan en el mercado, a qué zonas geográficas exportan y se analiza cómo Internet y las nuevas tecnologías ayudan a su crecimiento.

2. Evaluación de Internet.

Se recopilan los aspectos relativos al servicio y al consumo, tales como proveedores, calidad del servicio, tipo de conexión, satisfacción. Se observa si las empresas encuestadas tienen sitio web y cómo es su uso y administración; además de ver como los gerentes perciben y opinan sobre Internet como herramienta de comunicación, gestión y marketing. Con ello se puede determinar la influencia y aporte que Internet representa en las empresas para el desarrollo de sus negocios de exportación.

3. Evaluación de Hardware y Nuevas Tecnologías.

No es ajeno para el país y ni para las empresas colombianas la importancia que tienen el desarrollo tecnológico en hardware y software para el crecimiento de las economías y al no contar con ello, las empresas van siendo menos competitivas. Es vital saber qué tan actualizadas están las pymes colombianas, cuál es la composición actual de sus equipos de cómputo y software de gestión. Esta información permitirá minimizar costos de administración, comunicaciones, mercadeo y ventas. Con tecnologías actualizadas se podrá hacer uso de herramientas que faciliten la apertura de nuevos mercados en la organización.

4. Logística.

Las operaciones de exportación de un producto o servicio en las empresas exportadoras o que están en proceso de hacerlo, enmarcan una cadena de procesos y uno de ellos es la logística. Es determinante establecer cómo lo están realizando actualmente las compañías y qué tanto interviene las herramientas como sistemas informáticos de gestión para órdenes de compra y de zarpe en línea, facturación electrónica, CRM, entre otras. Esto permitirá identificar las razones por las cuáles lo realizan o lo dejan de realizar.

PRESENTACIÓN

El estudio "Uso de Internet y Nuevas Tecnologías como Herramientas para las Pymes Exportadoras o Potenciales Exportadoras", hace parte del proyecto denominado Uniónlíderes.com, iniciativa dirigida a las pymes colombianas, en el que importantes multinacionales de las nuevas tecnologías y entidades nacionales del sector exportación se unen para ofrecer a los empresarios información actual y capacitación sobre las herramientas para exportar y abrir nuevos mercados mediante el uso de Internet y otras tecnologías. Es la unión de los líderes en beneficio de los nuevos líderes.

La investigación adelantada entrega información valiosa a todos los actores involucrados dentro de la cadena comercial y exportadora. Los entes gubernamentales y las compañías de las nuevas tecnologías podrán conocer en detalle el comportamiento y necesidades tecnológicas del sector más determinante en el mercado colombiano. Esto les permitirá generar estrategias para liderar en el país el apoyo al crecimiento de las Pymes.

A continuación se presenta el cuestionario de preguntas con que se realizó el estudio.

Cuestionario desarrollado para el estudio

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. Nombre de quien contesta el formulario _____
2. Cargo de quien contesta el formulario _____
3. Razón Social _____
4. Dirección de la empresa _____
5. Teléfono _____
6. Fax _____
7. Correo electrónico _____
8. ¿En qué Ciudad se encuentra el domicilio principal de su empresa?
 - 1| ☐ Bogotá
 - 2| ☐ Cali
 - 3| ☐ Medellín
 - 4| ☐ Pereira
 - 5| ☐ Neiva
 - 6| ☐ Ibagué
 - 7| ☐ Bucaramanga
 - 8| ☐ Santa Marta
 - 9| ☐ Barranquilla
 - 10| ☐ Cartagena
 - Otro| ☐ (por favor especifique) _____
9. Número de sucursales _____
10. Número de empleados _____

11. Por favor seleccione el rango en el que se encuentra el promedio de ingresos de la empresa anualmente.

- 1|_| Menos de 2 Mil Millones de pesos colombianos 2|_| De 2 Mil millones a 4 Mil millones de pesos
3|_| De 4 Mil millones a 8 Mil millones de pesos 4|_| De 8 Mil millones a 12 Mil millones de pesos
5|_| De 12 Mil millones a 16 Mil millones de pesos 6|_| De 16 Mil millones a 4 Mil millones de pesos

12. Su empresa ha exportado o ha realizado trámites para hacerlo en el 2007?
Si la respuesta es NO pase a la pregunta 15
SI ___ NO ___

13. Indique el porcentaje de ingresos que representa el concepto exportaciones en su organización

- Menos del 20%|_| Del 20 al 30%|_| Del 30 al 50%|_|
Del 50 al 75 % |_| Del 75 al 100% |_| Otro|_| (por favor especifique)_____

14. Indique cuáles son las zonas geográficas a las que ha exportado

1. | Asia| 2. | África| 3. | América Latina| 4. | Norteamérica| 5. | Europa|
6. Otro|_| (por favor especifique)_____

15. Indique la actividad económica a la que se dedica su empresa.

***Agroindustria.**

- Agrícola
- Acuícola y Pesquero
- Agroindustria
- Flores y Plantas vivas
- Pecuario

***Manufacturas e insumos básicos y derivados.**

- Artículos de hogar oficina, hoteles y hospitales.
- Artículos Industriales
- Autopartes
- Envases/empaques
- Farmacéutico
- Instrumentos y Aparatos
- Materiales de construcción
- Metalmecánica
- Minerales
- Muebles y Madereras
- Plástico y Caucho
- Químico
- Vehículos y otros medios de transporte.
- Artesanías

***Prendas de vestir.**

- Textiles y Confecciones
- Cuero y Manufacturas de Cuero.
- Calzado

***Servicios y Entretenimiento.**

- Editorial e Industria Gráfica
- Papel y Cartón
- Joyería y Piedras preciosas.
- Juguetes y Artículos Promocionales
- Audiovisuales
- Software
- *Otros Servicios
- Courier
- Educación y Consultoría
- Ingeniería y Servicios de Construcción
- Salud
- Entretenimiento
- Energía Eléctrica
- Inmobiliaria.

***Tradicionales.**

- Café
- Carbón
- Petróleo y sus derivados
- Ferróníquel

***Turismo.**

- Sol y Playa
- Historia y Cultura
- Cruceros
- Deportes y Aventura
- Ecoturismo y Agroturismo
- Ciudades Capitales
- Otros Turismo.

16. Indique el tiempo que lleva dedicándose a la actividad económica que mencionó en la pregunta anterior

1| _| Menos de un año 2| _| De 1 a 3 años 3| _| De 3 a 5 años

4| _| 5 a 10 años 5| _| Mas de 10 años

EVALUACIÓN DE INTERNET

17. Del siguiente listado indique los proveedores de servicios de Internet que reconoce
- 1|_| Telmex 2|_| ETB 3|_| EPM 4|_| Cable Net
- 5|_| Supercable 6|_| Telecom 7|_| Unitel 8|_| Telebucaramanga
- 9 |_| Otro|_| (por favor especifique) _____
18. ¿Qué proveedor de servicios de Internet utiliza?
- 1|_| Telmex 2|_| ETB 3|_| EPM 4|_| Cable Net
- 5|_| Supercable 6|_| Telecom 7|_| Unitel 8|_| Telebucaramanga
- 9 |_| No utiliza 10|_| Otro (por favor especifique) _____
19. Califique la calidad de servicio que posee su actual operador de Internet. Siendo 1 la menor calificación y 5 la Máxima.
- 1|_| 2|_| 3|_| 4|_| 5|_|
20. Ordene los siguientes criterios de acuerdo a su importancia a la hora de escoger proveedor de servicios de Internet. Recuerde que 1 representa el criterio de menor importancia, y 8 el criterio de mayor importancia
- | | | |
|--------------------------|----------------------|----------------------------|
| _ Precio | _ Promoción | _ Atención al cliente |
| _ Forma de pago | _ Marca y respaldo | _ Estabilidad de conexión |
| _ Velocidad de conexión | _ Valores agregados | |
21. En su opinión ¿Qué proveedor de servicios de Internet cumple con todos o la gran mayoría de los anteriores criterios?
- 1|_| Telmex 2|_| ETB 3|_| EPM 4|_| Cable Net
- 5|_| Supercable 6|_| Telecom 7|_| Unitel 8|_| Telebucaramanga
- 9|_| Ninguno 10|_| Otro (por favor especifique) _____
22. ¿Qué tipo de conexión a Internet utiliza actualmente?
- ADSL |_| Telefónica |_| Cable Modem |_| Inalámbrica |_| Fibra óptica |_| No sabe |_|
23. ¿Qué capacidad de banda ancha posee?
- 128K
- 150K
- 256K
- 300K
- 384K
- 512K
- 700K
- 1MB
- 1.4MB
- 2.5MB
- 4 MB
- 6 MB
- 8 MB
- 9 Otro (por favor especifique)_____

24. ¿Para qué actividades se utiliza Internet en su empresa?
Chat ☐ Intercambio de archivos ☐ Descargas ☐ Accesos a páginas web ☐
Consulta de correo ☐ Comunicación con clientes ☐ Comunicación con proveedores ☐
Otro ☐ (por favor especifique) _____
25. ¿Su empresa posee una página Web? Si su respuesta es SI pase a la pregunta 27
SI ☐ NO ☐
26. Si su respuesta a la pregunta anterior fue NO, seleccione las razones por las cuales su organización NO tiene página Web. Nota: Al contestar esta pregunta por favor pase a la pregunta 33
- | | |
|---|---|
| Falta de herramientas tecnológicas ☐ | Falta de conocimiento ☐ |
| No se encuentra interesado en ello ☐ | Otra ☐ (por favor especifique) _____ |
| No conoce las ventajas de tenerla ☐ | |
27. ¿Su sitio web está en cuantos idiomas?
Uno ☐ Dos ☐ Más ☐
28. Señale las opciones que correspondan, la información que aparece en su sitio Web es:
Únicamente institucional ☐ Portafolio de productos y servicios ☐
otro ☐
29. Marque las opciones válidas. La orientación de la página Web es:
Para clientes finales (B2C) ☐ Para empresas (B2B) ☐ Las dos anteriores ☐ No sé que es ☐
30. Seleccione según sea la situación. La administración de mi página web es?
Parte de las actividades de mi empresa ☐ Subcontrato para ello ☐
otro ☐ (por favor especifique) _____
31. ¿Cada cuánto tiempo actualiza su sitio web?
Semanalmente ☐ Cada mes ☐ Cada dos meses ☐ Cada seis meses ☐ Más de seis meses ☐
32. ¿Maneja estadísticas de visitantes en su sitio web?
SI ☐ NO ☐

Siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, valore según su opinión, las siguientes afirmaciones:

33. La Internet influye positivamente en la productividad de mi empresa?

1|_| 2|_| 3|_| 4|_| 5|_|

34. El uso de Internet ha reducido mis costos?

1|_| 2|_| 3|_| 4|_| 5|_|

35. Internet ha influido positivamente en la captación de nuevos clientes?

1|_| 2|_| 3|_| 4|_| 5|_|

36. Internet ha simplificado el trabajo en mi empresa?

1|_| 2|_| 3|_| 4|_| 5|_|

37. Sin Internet los procesos relativos a exportaciones serían lentos?

1|_| 2|_| 3|_| 4|_| 5|_|

38. ¿Realiza su organización Videoconferencia con sus clientes del exterior? Si su respuesta es SI pase a la pregunta 40

SI |_| NO |_|

39. Si su respuesta en la pregunta anterior fue NO, indique las razones por las cuales no lo hace. Nota: al contestar por favor pase a la pregunta 42.

Falta de herramientas tecnológicas |_| Falta de conocimiento |_|

No se encuentra interesado en ello |_| No conoce las ventajas de tenerla |_|

Otro|_| (por favor especifique) _____

40. Indique los recursos con los cuales realiza sus videoconferencias

MSN |_| Skype |_| Otro|_| (por favor especifique)_____

41. ¿Con qué marca de equipos realiza sus videoconferencias?_____

42. En qué porcentaje Internet ha sustituido los medios convencionales de comunicación (fax, teléfono, etc.)

Menos del 20% |_| Del 20 al 30% |_| Del 30 al 50% |_|

Del 50 al 75 % |_| Del 75 al 100% |_| Otro|_| (por favor especifique) _____

43. Para sus comunicaciones internas (organizacionales) indique el porcentaje que son por Internet?

Menos del 20% |_| Del 20 al 30% |_| Del 30 al 50% |_|

Del 50 al 75 % |_| Del 75 al 100% |_| Otro|_| (por favor especifique)_____

44. Conteste esta pregunta si aplica ¿Qué tipo de capacitación se realiza en su empresa vía Internet?

Ninguna ☐ | Diplomados ☐ | Relativas al sistema de gestión de calidad ☐
Relativas a cambios legislativos ☐ | Otras ☐ (por favor especifique) _____

45. Qué porcentaje de uso tiene Internet para sus actividades de exportación?

Menos del 20% ☐ | Del 20 al 30% ☐ | Del 30 al 50% ☐
Del 50 al 75 % ☐ | Del 75 al 100% ☐ | Otro ☐ (por favor especifique) _____

46. Marque las actividades para las que usa Internet como herramienta exportadora

Pagos y Giros ☐ | Comunicación ☐ | Envío de facturación ☐
Soporte y servicio al cliente ☐ | Toma de pedidos ☐
Seguimiento de ordenes Zarpe ☐ | Otro ☐ (por favor especifique) _____

47. Seleccione las opciones para las cuales utiliza Internet como herramienta de gestión

Sistema de gestión integral ☐ | ISO ☐ | Relación con proveedores ☐
Capacitación ☐ | Facturación ☐ | Órdenes de pedido ☐
CRM (gestión de relaciones con clientes) ☐ | Otro ☐ (por favor especifique) _____

48. Marque las opciones válidas. ¿Cuáles son las actividades por medio de las cuales interactúa con los visitantes de su página?

Chat ☐ | Foros ☐ | Blog ☐ | Comentarios y sugerencias ☐ | Otro ☐ (por favor especifique) _____

49. ¿Utiliza Internet para hacer publicidad a sus productos? SI ☐ NO ☐ Si su respuesta es NO pase a la pregunta 57

SI ☐ NO ☐

50. Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, Selecciones las formas publicitarias de las que hace uso
Vía Mail ☐ Banners ☐ Su propia página de Internet ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____

51. ¿Utiliza Internet para publicar las promociones, incentivos y descuentos?

SI ☐ NO ☐

52. ¿Sabe usted el posicionamiento de marketing en la web de su sitio en internet?

SI ☐ NO ☐

53. ¿Hace e-marketing (mercadeo electrónico)?

SI ☐ NO ☐

54. ¿Ha utilizado Internet para hacer Investigación de mercados?

SI ☐ NO ☐

55. ¿Promociona su página web por internet?

SI ☐ NO ☐

56. ¿Realiza acciones para aparecer en las primeras ubicaciones de los buscadores web?

SI ☐ NO ☐

57. ¿Su organización realiza ventas por Internet? Si la respuesta es NO pasar a la pregunta 60

SI ☐ NO ☐

58. Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, Indique el porcentaje de sus ventas que son hechas por Internet.

Menos del 20% ☐ Del 20 al 30% ☐ Del 30 al 50% ☐
Del 50 al 75 % ☐ Del 75 al 100% ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____

59. ¿Su empresa realiza ventas al exterior a través de marketplace como e-bay?

SI ☐ NO ☐

60. Si su respuesta a la pregunta 57 fue NO, seleccione las razones por las cuales su organización NO realiza ventas por Internet. Nota: Pase por favor al bloque (Evaluación de nuevas tecnologías 9)

Falta de herramientas tecnológicas ☐ Falta de conocimiento ☐
No se encuentra interesado en ello ☐ No conoce las ventajas de tenerla ☐
Otro ☐ (por favor especifique) _____

61. Marque las razones por las cuales realiza ventas por Internet

Mejora la imagen de la empresa ☐ Reduce costos ☐
Acelera procesos de negociación ☐ Mejora la calidad del servicio ☐
Capta nuevos clientes ☐ Aumenta niveles de posicionamiento ☐
Otro ☐ (por favor especifique) _____

EVALUACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS (HARDWARE Y SOFTWARE)

62. Diligencie la siguiente tabla de acuerdo a las características de sus equipos

Modelo	Cantidad	Marcas (Dell, HP, Sony, Clon u Otro)
Anteriores a 1995		
De 1996 a 2000		
De 2001 a 2005		
De 2006 a hoy		

63. Diligencie la siguiente tabla, teniendo en cuenta el promedio de pagos mensuales por los conceptos señalados

Servicio	Gasto en Telecomunicaciones (Pesos)
Internet	
Larga Distancia Nacional	
Larga Distancia Internacional	
Celular	
Transmisión de Datos	
Almacenamiento de datos (Datacenter)	
Telefonía Local (Sin contar los servicios mencionados anteriormente)	
TOTAL	

64. ¿Cuánto dinero invierte su organización en tecnología de punta en un año? (entendiendo este tipo de tecnología como la más reciente para conectividad en Internet)
 Menos de 10'000.000 ☐ De 10 a 25'000.000 ☐ De 25 a 50'000.000 ☐
 Mas de 50'000.000 ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____
65. ¿Cuándo fue la última vez que su organización invirtió en tecnología de punta?
 Hace un mes ☐ Hace más de dos meses ☐
 Hace más de seis meses ☐ Hace más un año ☐
66. ¿Su organización dispone de una red LAN? Si su respuesta es NO pase a la pregunta 69
 SI ☐ NO ☐
67. ¿De cuántos usuarios es la red LAN?
 De 1 a 5 ☐ De 6 a 10 ☐ De 11 a 25 ☐ Más de 25 ☐
68. ¿Qué marca de equipos de red LAN usa?
 Cisco ☐ 3Com ☐ Link ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____
69. Si su respuesta a la pregunta 66 fue NO, seleccione las razones por las cuales su organización NO tiene una red LAN?
 Falta de herramientas tecnológicas ☐ Falta de conocimiento ☐ No está interesado en ello ☐
 No conoce las ventajas de tenerla ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____
70. ¿Su empresa dispone de una red de telecomunicaciones? Si su respuesta es NO pase a la pregunta 73
 SI ☐ NO ☐

71. ¿De cuántos usuarios es la red de telecomunicaciones?
De 1 a 5 ☐ De 6 a 10 ☐ De 11 a 25 ☐ Más de 25 ☐
72. ¿Qué marca de equipos de red de telecomunicaciones usa?
Cisco ☐ Avaya ☐ Panasonic ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____
73. Si su respuesta a la pregunta 70 fue NO, seleccione las razones por las cuales su organización NO tiene una red de telecomunicaciones.

Falta de herramientas tecnológicas ☐ Falta de conocimiento ☐ No está interesado en ello ☐
No conoce las ventajas de tenerla ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____
74. ¿Quién le realiza mantenimiento a sus equipos de cómputo, redes etc.?
Recurso propio ☐ Contrata mantenimiento ☐ Las dos anteriores ☐
Otro ☐ (por favor especifique) _____
75. ¿Con cuál empresa operadora de Larga Distancia se conecta con sus clientes del exterior?
Telecom ☐ UNE ☐ ETB ☐ Skype ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____
76. ¿Dispone su organización de un sistema de conexión a Internet Inalámbrico? Nota: Si su respuesta es NO pase a la pregunta 79

SI ☐ NO ☐
77. ¿Qué marca es su Router?
Cisco ☐ Motorola ☐ No se ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____
78. ¿Cuántos equipos de cómputo tiene conectados a su red Inalámbrica?
De 1 a 5 ☐ De 6 a 10 ☐ De 11 a 25 ☐ Mas de 25 ☐
79. Si su respuesta a la pregunta 76 fue NO, seleccione las razones por las cuales su organización NO tiene un sistema de internet Inalámbrico
Falta de herramientas tecnológicas ☐ Falta de conocimiento ☐ No está interesado en ello ☐
No conoce las ventajas de tenerla ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____
80. ¿Utiliza los teléfonos fijos de su empresa para hacer llamadas a celulares?
SI ☐ NO ☐
81. Indique cuál es su operador para telefonía móvil
El mismo que tengo para telefonía fija ☐ Comcel ☐ Movistar ☐ Tigo ☐
Skype ☐ Ninguno ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____
82. ¿Dispone su organización de un sistema informático en línea para CRM (gestión de relaciones con los clientes)?
SI ☐ NO ☐ Otro ☐ (por favor especifique) _____

83. ¿Tiene actualmente algún canal tecnológico que lo asesore para sus inversiones en equipos de telecomunicaciones?

SI | ☐ | NO | ☐ | Otro | ☐ | (por favor especifique) _____

84. ¿Dispone su organización de servicios de seguridad en Internet internos (software de protección o chequeo antivirus)?

SI | ☐ | NO | ☐ |

LOGÍSTICA

85. ¿Sus operaciones son apoyadas por una empresa de logística?

SI | ☐ | NO | ☐ |

86. ¿Con qué empresa de logística apoya sus operaciones?

DHL | ☐ | Servientrega | ☐ | Coordinadora | ☐ | Fedex | ☐ |

Otro | ☐ | (por favor especifique) _____

87. ¿Dispone su organización de un sistema informático en línea para gestión de distribución, logística e inventario?

SI | ☐ | NO | ☐ |

88. ¿Dispone su organización de un sistema informático en línea para gestión de pedidos?

SI | ☐ | NO | ☐ | Otro | ☐ | (por favor especifique) _____

89. ¿Dispone su organización de un sistema informático en línea para gestión de facturación y pagos?

SI | ☐ | NO | ☐ | Otro | ☐ | (por favor especifique) _____

90. ¿Cuenta su organización con Gerencia de Exportaciones?

SI | ☐ | NO | ☐ |

91. ¿Cuenta su organización con Gerencia de logística?

SI | ☐ | NO | ☐ |

92. ¿Recibe sus órdenes de compra en línea?

SI | ☐ | NO | ☐ |

93. ¿Envía sus facturas de manera electrónica?

SI | ☐ | NO | ☐ |

94. ¿Gestiona su organización los documentos de exportación vía Internet?

SI | ☐ | NO | ☐ |

95. Si su respuesta en la pregunta anterior fue NO, escoja las opciones por las cuales no gestiona los documentos por este medio.

Falta de herramientas tecnológicas | ☐ | Falta de conocimiento | ☐ | No está interesado en ello | ☐ |
No conoce las ventajas de tenerla | ☐ | Otro | ☐ | (por favor especifique) _____

96. ¿Realiza su organización seguimiento por Internet de sus embarques?

SI | ☐ | NO | ☐ |

97. Si su respuesta en la pregunta anterior fue NO, escoja las opciones por las cuales no hace seguimiento por este medio.

Falta de herramientas tecnológicas | ☐ | Falta de conocimiento | ☐ | No está interesado en ello | ☐ |
No conoce las ventajas de tenerla | ☐ | Otro | ☐ | (por favor especifique) _____

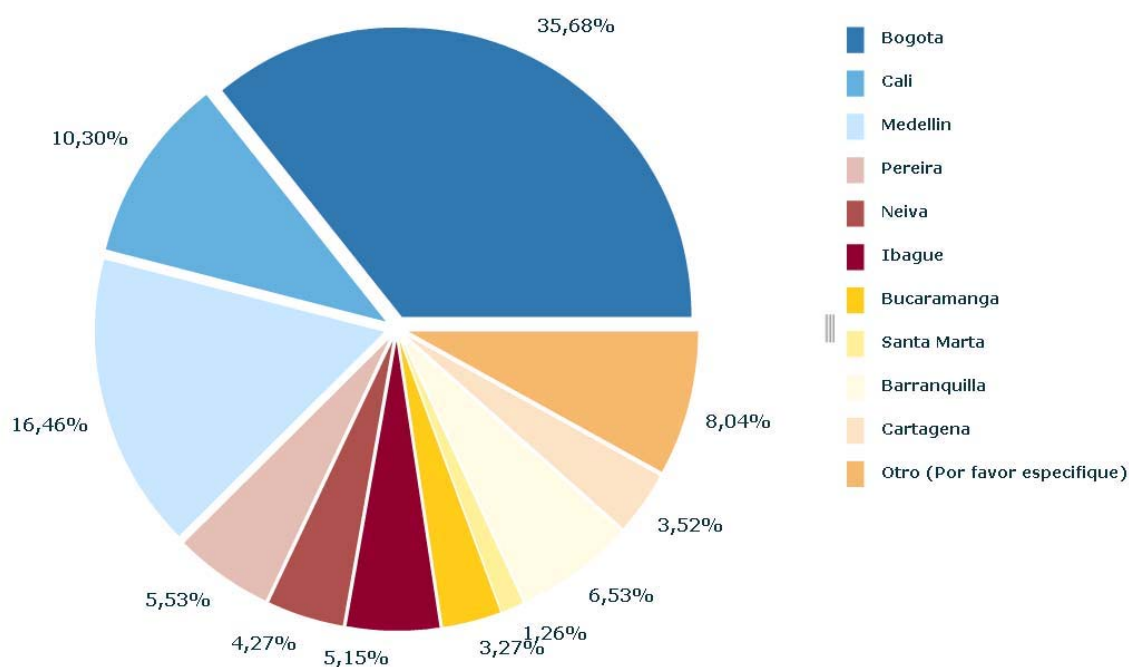
Nota: Las preguntas 98 y 99 se realizaron para configurar la base de datos de personas interesadas en asistir a los seminarios que se realizarán en las 10 ciudades definidas para difundir el estudio en las PYMES Colombianas.

-----FIN DE LA ENCUESTA-----

Gráficos de Respuestas

¿En qué Ciudad se encuentra el domicilio principal de su empresa?

Tarta



Análisis técnico

Media	3,954
Intervalo de confianza (95%)	[3,719 - 4,188]
Tamaño de la muestra	796
Desviación típica	3,374
Error estandar	0,120

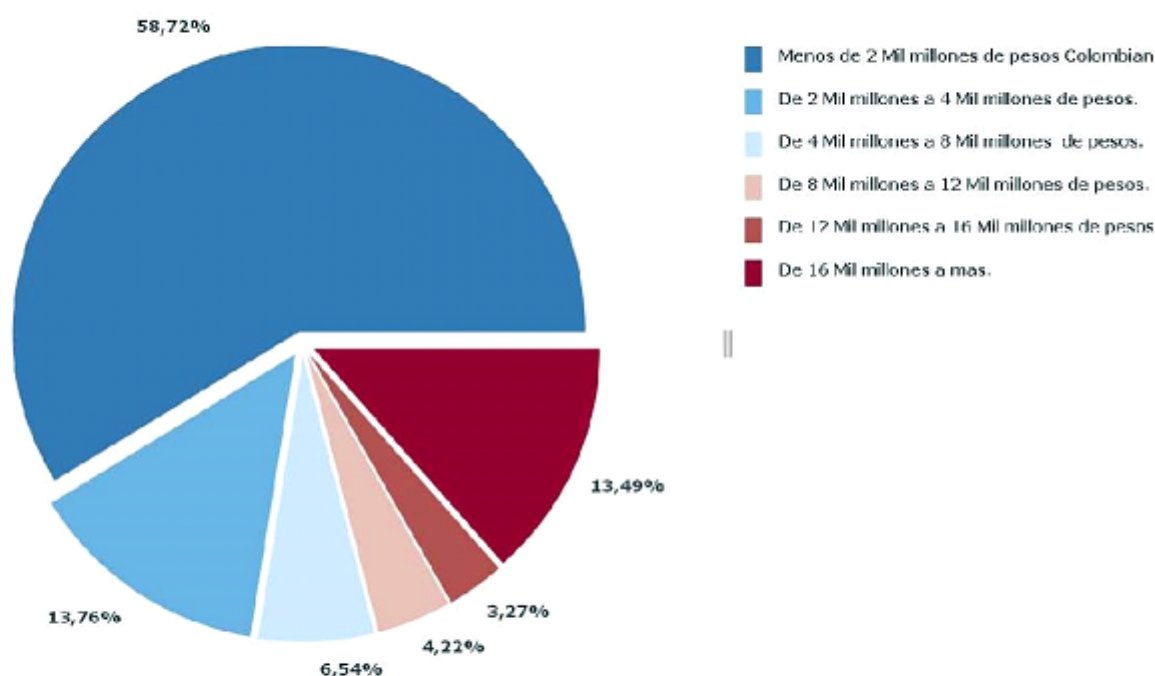
Conclusiones destacadas

El 52,14% eligieron:
Bogotá
Medellín
La opción menos elegida representa el 1,26%:
Santa Marta

Gráficos de Respuestas

Por favor seleccione el rango en el que se encuentra el promedio de ingresos de la empresa anualmente.

Tarta



Análisis técnico

Hedía	2,200
Intervalo de confianza (95%)	[2,070 2,330]
Tamaño de la muestra	734
Desviación típica	1,799
Error estandar	0,066

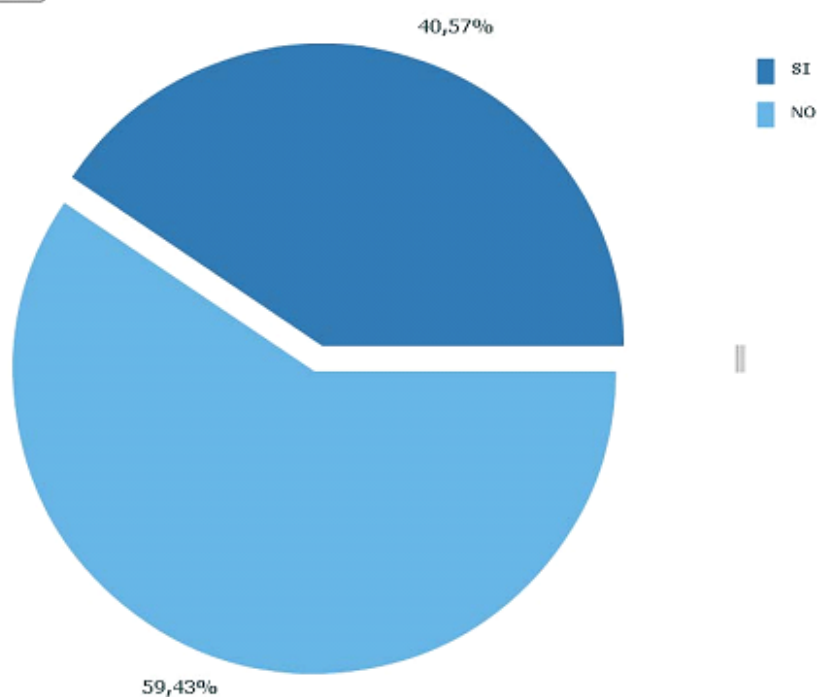
Conclusiones destacadas

El **72,48%** eligieron:
Menos de 2 Mil millones de pesos Colombianos.
De 2 Mil millones a 4 Mil millones de pesos.
La opción menos elegida representa el **3,27%**:
De 12 Mil millones a 16 Mil millones de pesos.

Gráficos de Respuestas

¿Su empresa ha exportado o ha realizado trámites para hacerlo en el 2007? Si la respuesta es NO pase a la pregunta 15.

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,603
Intervalo de confianza (95%)	[1,567 - 1,640]
Tamaño de la muestra	696
Desviación típica	0,491
Error estandar	0,019

Conclusiones destacadas

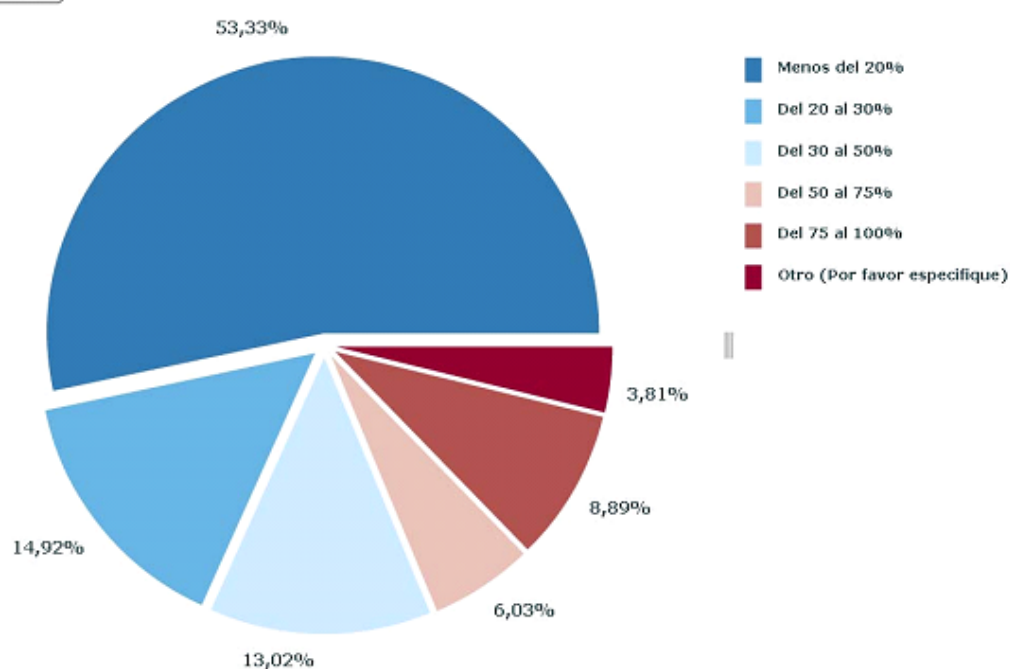
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Indique el porcentaje de ingresos que representa el concepto exportaciones en su organización?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	2,137
Intervalo de confianza (95%)	[1,969 - 2,304]
Tamaño de la muestra	315
Desviación típica	1,518
Error estándar	0,086

Conclusiones destacadas

El 68,25% eligieron:

Menos del 20%

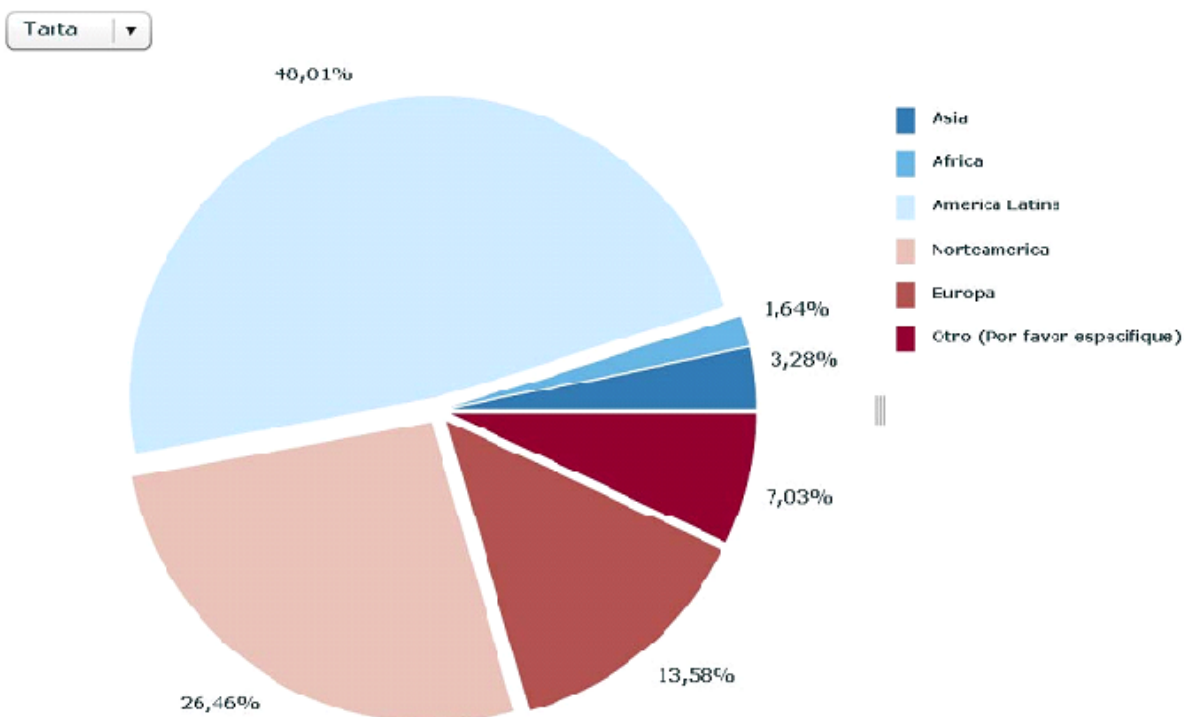
Del 20 al 30%

La opción menos elegida representa el 3,81%:

Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Indique cuáles son las zonas geográficas a las que ha exportado?



Análisis técnico

Media	5,350
Intervalo de confianza (95%)	[5,237 - 5,462]
Tamaño de la muestra	292
Desviación típica	1,072
Error estándar	0,053

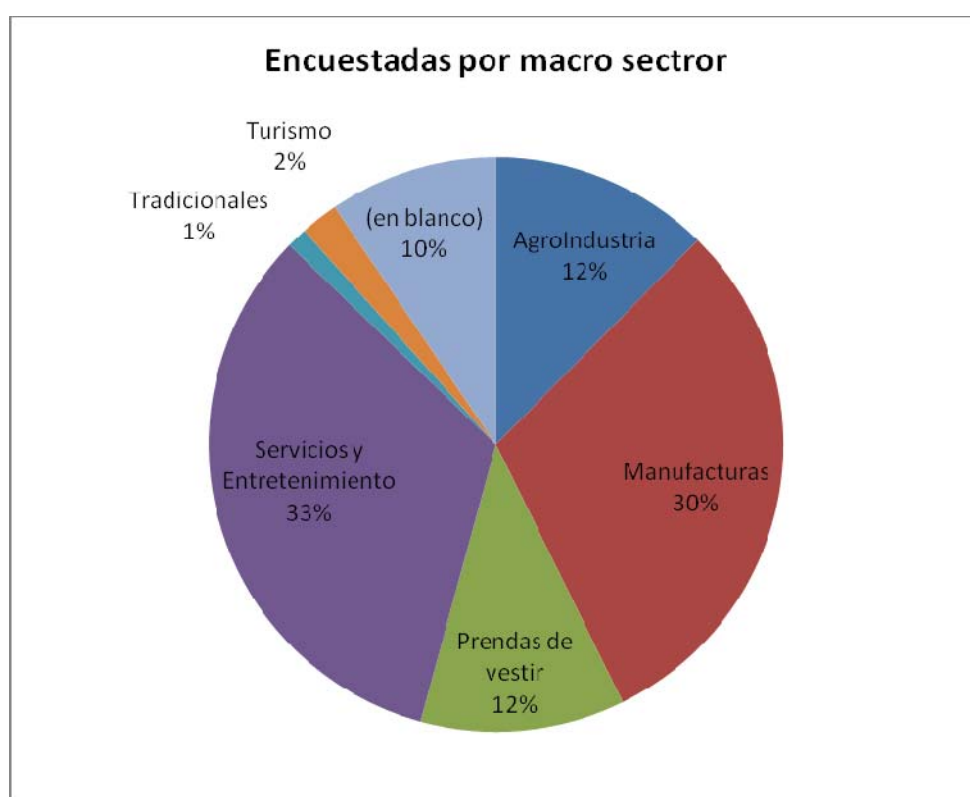
Conclusiones destacadas

El 86,30% eligieron:
América Latina
Norteamérica
La opción menos elegida representa el 2,40%:
Africa

Gráficos de Respuestas

¿Indique la actividad económica a la que se dedica su empresa?

Tarta ▼



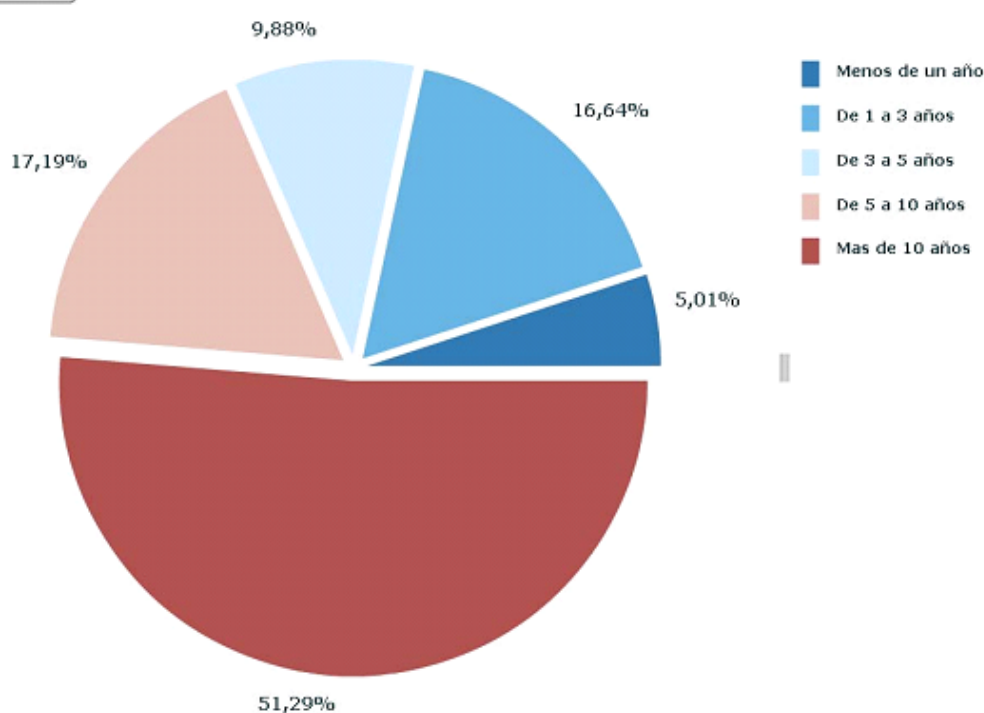
Análisis técnico

Media	21,621
Intervalo de confianza (95%)	[20,725 - 22,516]
Tamaño de la muestra	720
Desviación típica	12,262
Error estandar	0,457

Gráficos de Respuestas

Indique el tiempo que lleva dedicándose a la actividad económica que mencionó en la pregunta anterior.

Tarta ▼



Análisis técnico

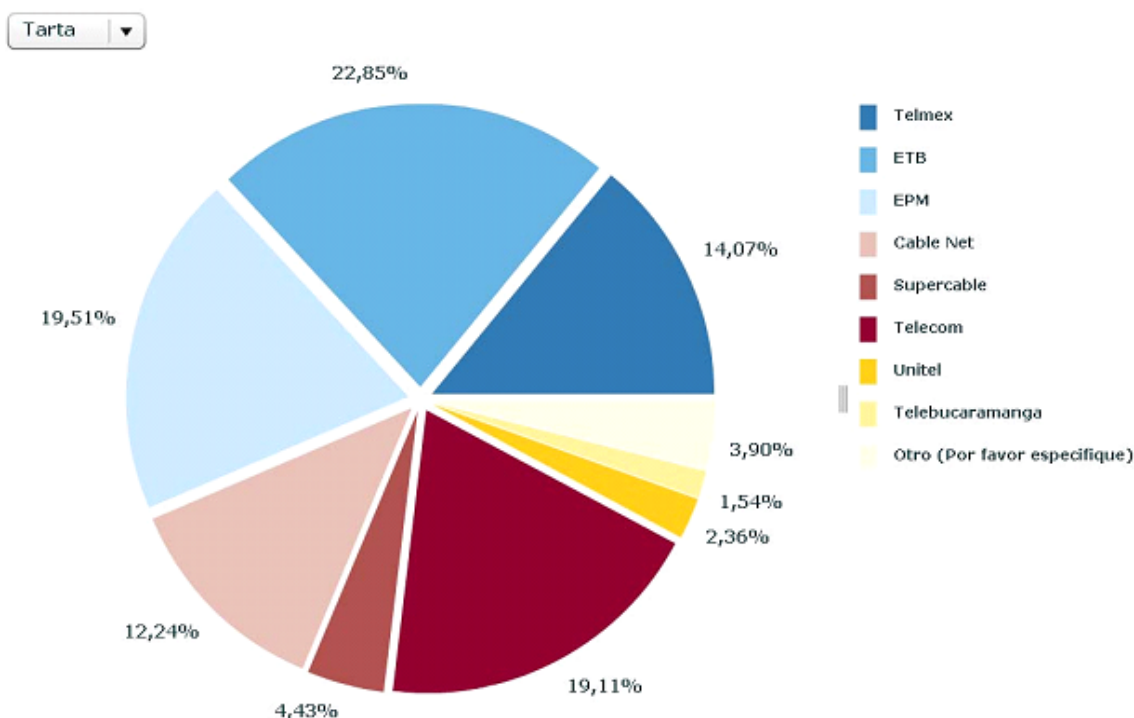
Media	3,931
Intervalo de confianza (95%)	[3,836 - 4,026]
Tamaño de la muestra	739
Desviación típica	1,314
Error estandar	0,048

Conclusiones destacadas

El **68,47%** eligieron:
Mas de 10 años
De 5 a 10 años
La opción menos elegida representa el **5,01%**:
Menos de un año

Gráficos de Respuestas

¿Del siguiente listado indique los proveedores de servicios de Internet que reconoce?



Análisis técnico

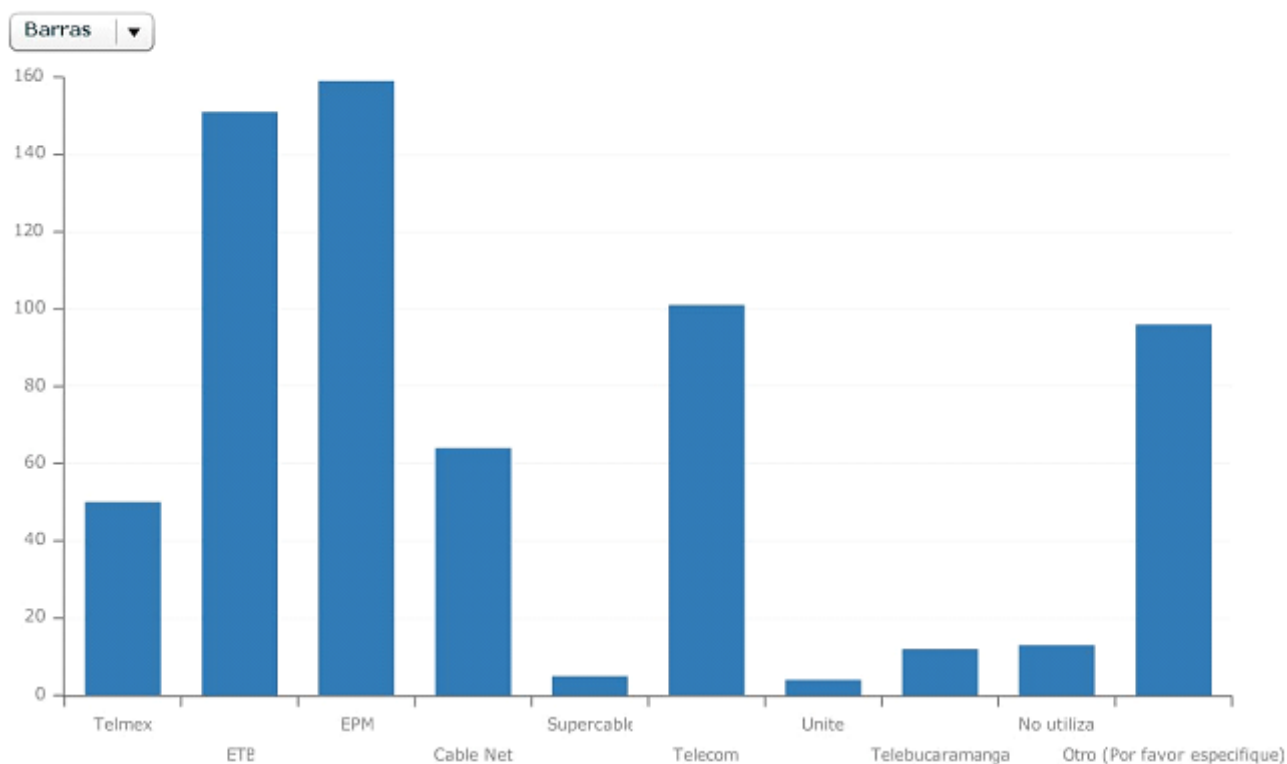
Media	13,392
Intervalo de confianza (95%)	[13,232 - 13,552]
Tamaño de la muestra	676
Desviación típica	2,126
Error estandar	0,082

Conclusiones destacadas

El 91,27% eligieron:
ETB
EPM
La opción menos elegida representa el 5,62%:
Telebucaramanga

Gráficos de Respuestas

¿Qué proveedor de servicios de Internet utiliza?



Análisis técnico

Media	4,453
Intervalo de confianza (95%)	[4,231 - 4,675]
Tamaño de la muestra	655
Desviación típica	2,899
Error estandar	0,113

Conclusiones destacadas

El 47,33% eligieron:

EPM

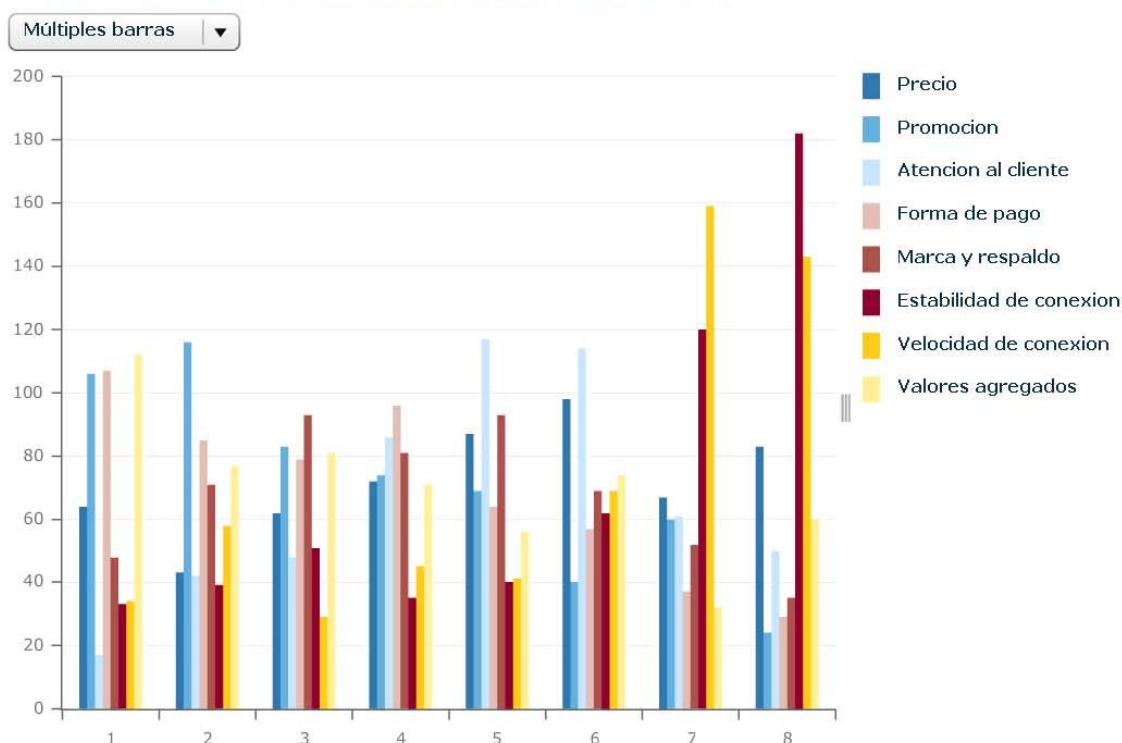
ETB

La opción menos elegida representa el 1%:

Unitel

Gráficos de Respuestas

Ordene los siguientes criterios de acuerdo a su importancia a la hora de escoger proveedor de servicios de Internet. Recuerde que 1 representa el criterio de menor importancia, y 8 el criterio de mayor importancia



Análisis técnico - Población: 653

1

Media	4,466
Intervalo de confianza (95%)	[4,254 - 4,679]
Tamaño de la muestra	521
Desviación típica	2,474
Error estandar	0,108

Conclusiones destacadas

El 33,54% eligieron:
Valores agregados
Forma de pago
La opción menos elegida representa el 2,60%:
Atencion al cliente

2

Media	4,429
Intervalo de confianza (95%)	[4,235 - 4,624]
Tamaño de la muestra	531
Desviación típica	2,289
Error estandar	0,099

Conclusiones destacadas

El 30,78% eligieron:
Promocion
Forma de pago
La opción menos elegida representa el 5,97%:
Estabilidad de conexion

Gráficos de Respuestas

3

Media	4,392
Intervalo de confianza (95%)	[4,197 - 4,586]
Tamaño de la muestra	526
Desviación típica	2,273
Error estandar	0,099

Conclusiones destacadas

El **26,95%** eligieron:

Marca y respaldo
Promocion

La opción menos elegida representa el **4,44%**:

Velocidad de conexión

4

Media	4,214
Intervalo de confianza (95%)	[4,030 - 4,399]
Tamaño de la muestra	560
Desviación típica	2,225
Error estandar	0,094

Conclusiones destacadas

El **27,87%** eligieron:

Forma de pago
Atencion al cliente

La opción menos elegida representa el **5,36%**:

Estabilidad de conexión

5

Media	4,007
Intervalo de confianza (95%)	[3,827 - 4,187]
Tamaño de la muestra	567
Desviación típica	2,182
Error estandar	0,092

Conclusiones destacadas

El **32,16%** eligieron:

Atencion al cliente
Marca y respaldo

La opción menos elegida representa el **6,13%**:

Estabilidad de conexión

6

Media	4,357
Intervalo de confianza (95%)	[4,166 - 4,547]
Tamaño de la muestra	583
Desviación típica	2,346
Error estandar	0,097

Conclusiones destacadas

El **32,47%** eligieron:

Atencion al cliente
Precio

La opción menos elegida representa el **6,13%**:

Promocion

7

Media	4,876
Intervalo de confianza (95%)	[4,695 - 5,056]
Tamaño de la muestra	588
Desviación típica	2,233
Error estandar	0,092

Conclusiones destacadas

El **42,73%** eligieron:

Velocidad de conexión
Estabilidad de conexión

La opción menos elegida representa el **4,90%**:

Valores agregados

8

Media	5,190
Intervalo de confianza (95%)	[5,011 - 5,368]
Tamaño de la muestra	606
Desviación típica	2,244
Error estandar	0,091

Conclusiones destacadas

El **49,77%** eligieron:

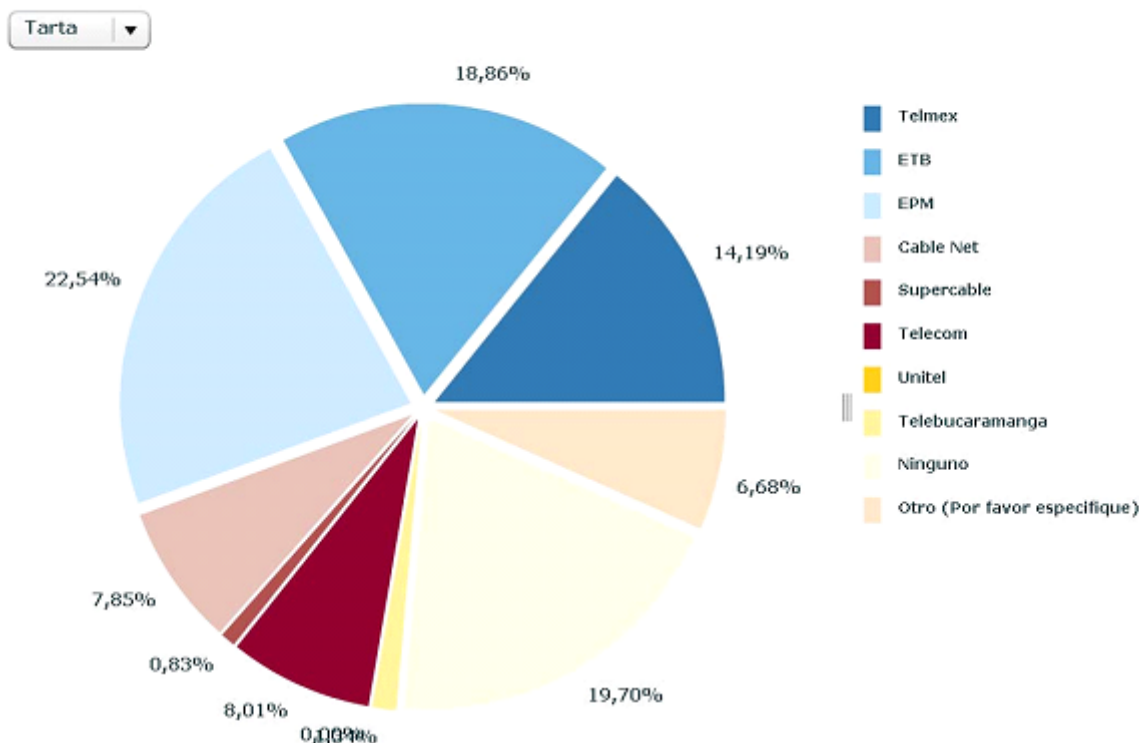
Estabilidad de conexión
Velocidad de conexión

La opción menos elegida representa el **3,68%**:

Promocion

Gráficos de Respuestas

En su opinión ¿Qué proveedor de servicios de Internet cumple con todos o la gran mayoría de los anteriores criterios?



Análisis técnico

Media	4,579
Intervalo de confianza (95%)	[4,328 - 4,830]
Tamaño de la muestra	599
Desviación típica	3,132
Error estándar	0,128

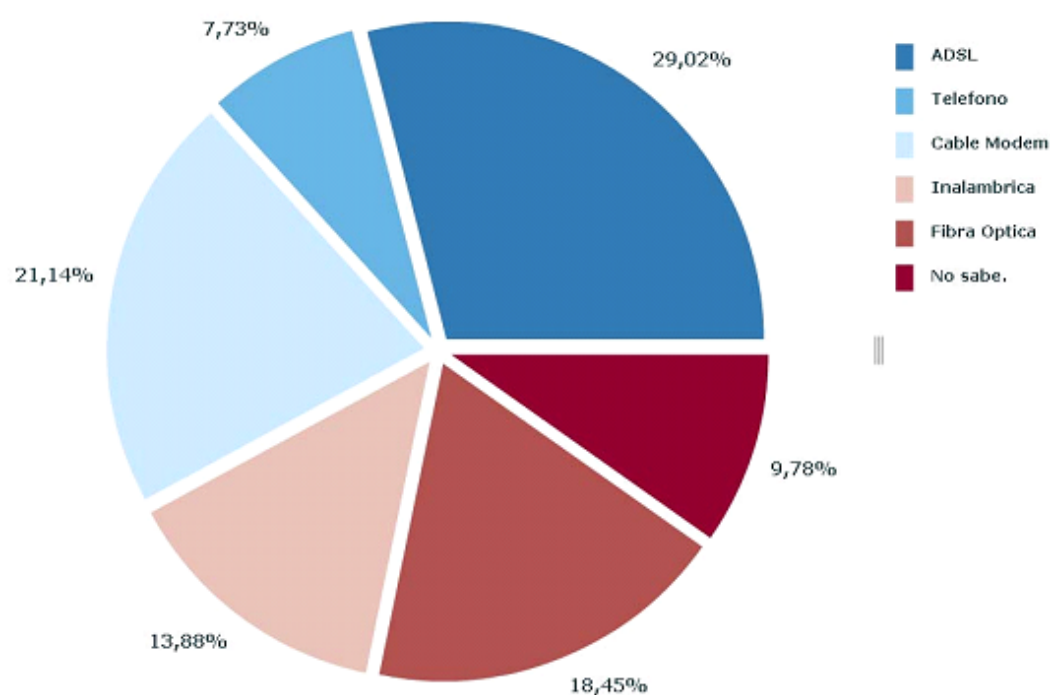
Conclusiones destacadas

El 42,24% eligieron:
EPM
Ninguno
La opción Unitel no fue elegida por nadie.

Gráficos de Respuestas

¿Qué tipo de conexión a Internet utiliza actualmente?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	3,144
Intervalo de confianza (95%)	[3,009 - 3,278]
Tamaño de la muestra	634
Desviación típica	1,726
Error estandar	0,069

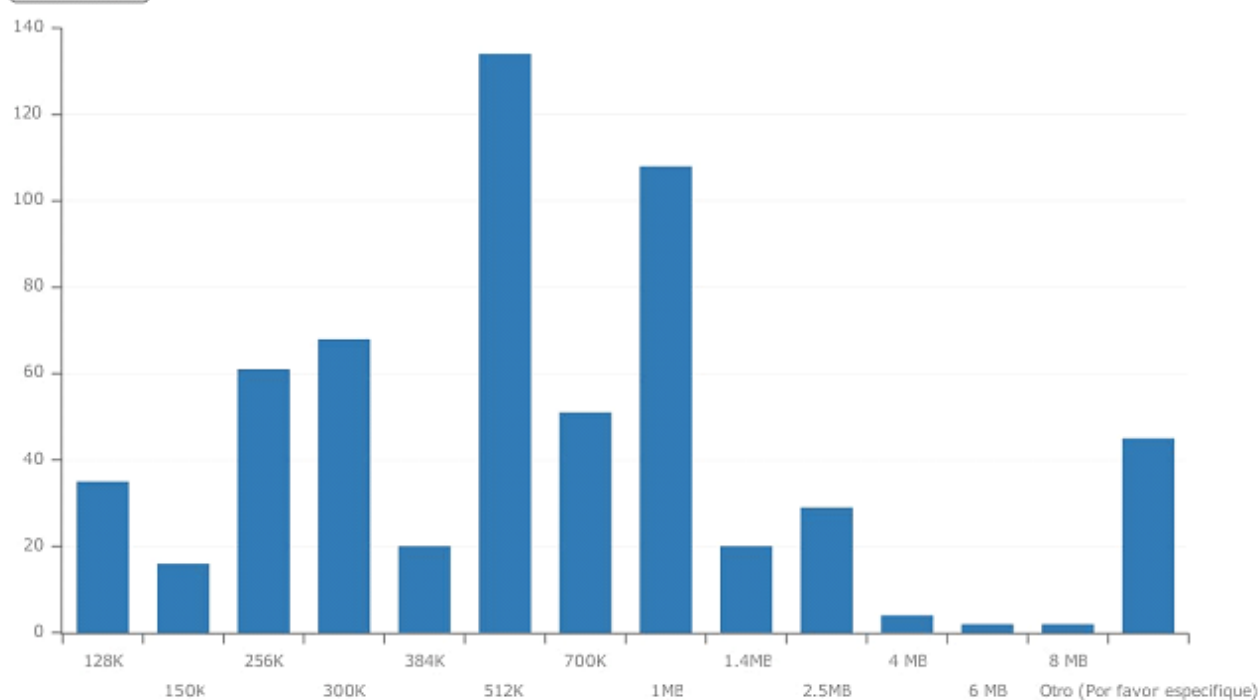
Conclusiones destacadas

El **50,16%** eligieron:
ADSL
Cable Modem
La opción menos elegida representa el **7,73%**:
Telefono

Gráficos de Respuestas

¿Qué capacidad de banda ancha posee?

Barras



Análisis técnico

Media	6,455
Intervalo de confianza (95%)	[6,197 - 6,713]
Tamaño de la muestra	595
Desviación típica	3,211
Error estandar	0,132

Conclusiones destacadas

El **40,67%** eligieron:

512K

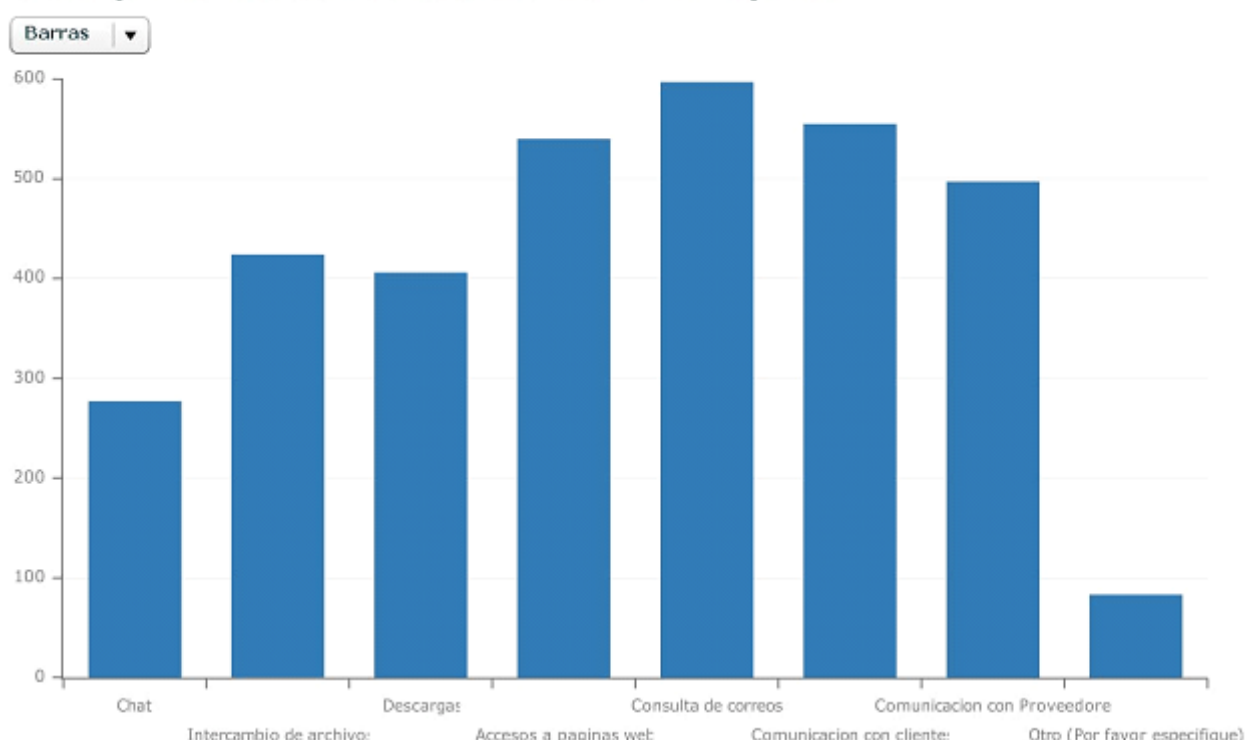
1MB

La opción menos elegida representa el **0%**:

6 MB

Gráficos de Respuestas

¿Para qué actividades se utiliza Internet en su empresa?



Análisis técnico

Media	22,876
Intervalo de confianza (95%)	[22,728 - 23,024]
Tamaño de la muestra	654
Desviación típica	1,931
Error estándar	0,076

Conclusiones destacadas

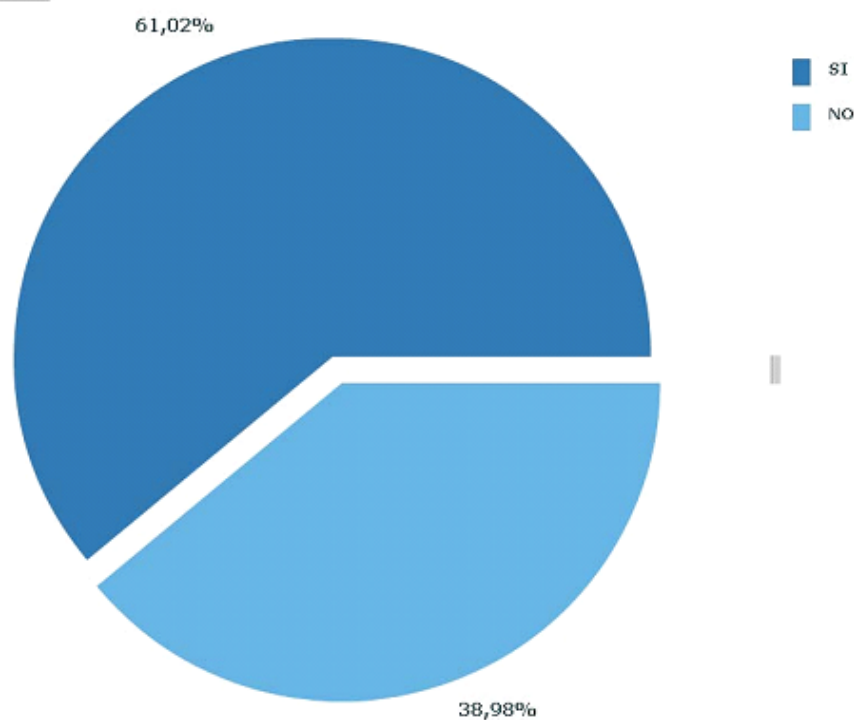
El 96,33% eligieron:
Consulta de correos
Comunicación con clientes
La opción menos elegida representa el 12,69%:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Su empresa posee una página Web?

Si su respuesta es SI pase a la pregunta 27

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,390
Intervalo de confianza (95%)	[1,352 - 1,427]
Tamaño de la muestra	649
Desviación típica	0,488
Error estandar	0,019

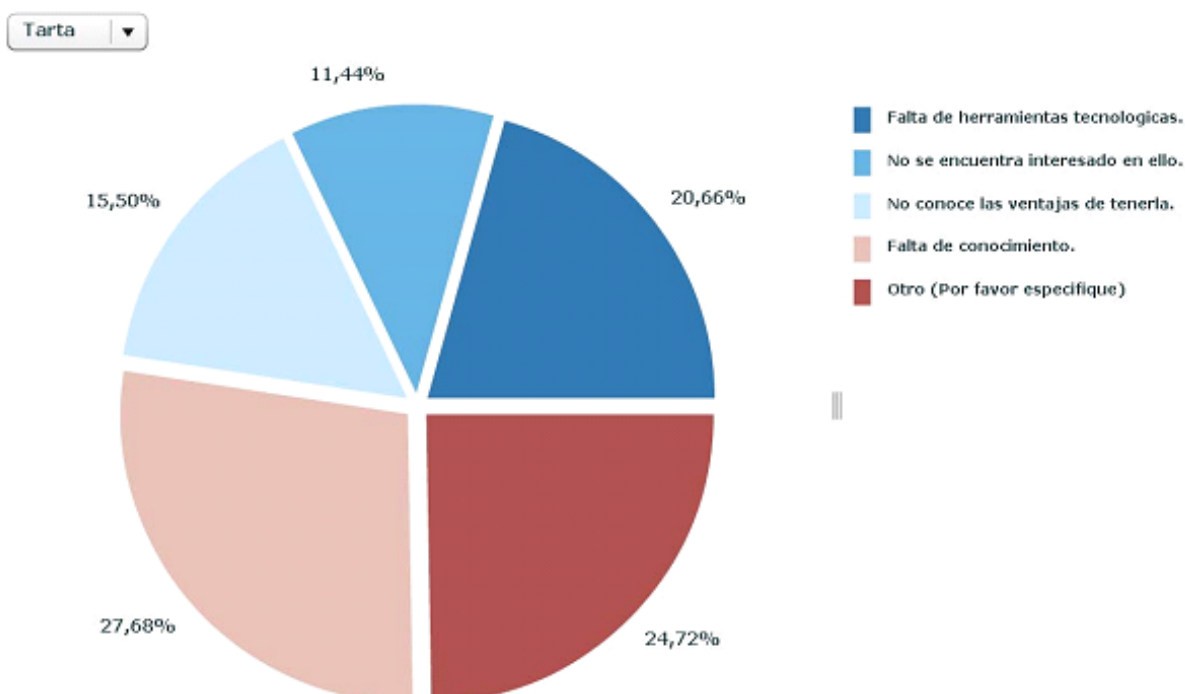
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue SI.

La opción menos elegida fue NO.

Gráficos de Respuestas

Si su respuesta a la pregunta anterior fue NO, seleccione las razones por las cuales su organización NO tiene pagina Web.



Análisis técnico

Media	3,959
Intervalo de confianza (95%)	[3,766 - 4,153]
Tamaño de la muestra	222
Desviación típica	1,468
Error estándar	0,099

Conclusiones destacadas

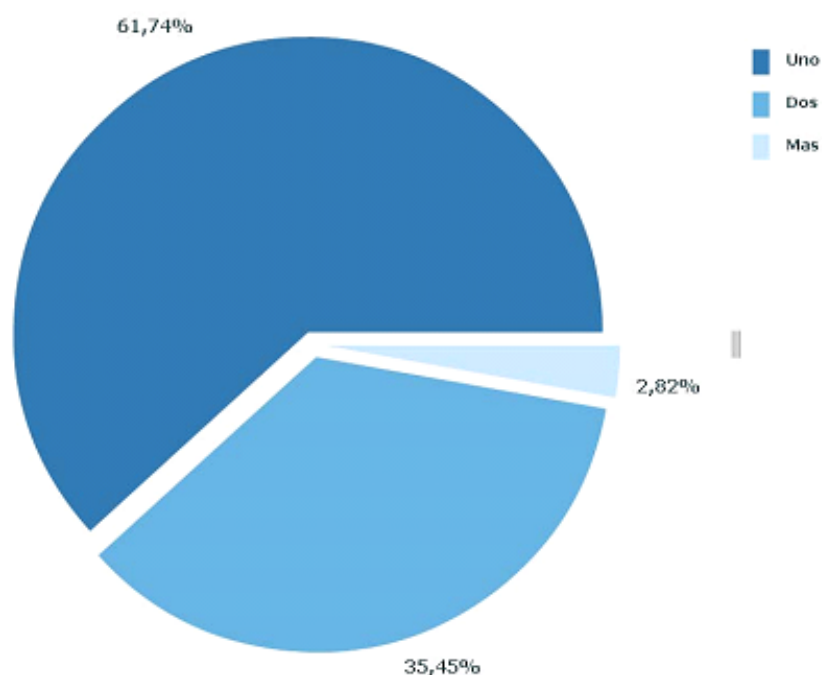
El **62,16%** eligieron:
Falta de conocimiento.
Otro (Por favor especifique)

La opción menos elegida representa el **13,96%**:
No se encuentra interesado en ello.

Gráficos de Respuestas

¿Su sitio web esta en cuantos idiomas?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,411
Intervalo de confianza (95%)	[1,359 - 1,463]
Tamaño de la muestra	426
Desviación típica	0,547
Error estandar	0,026

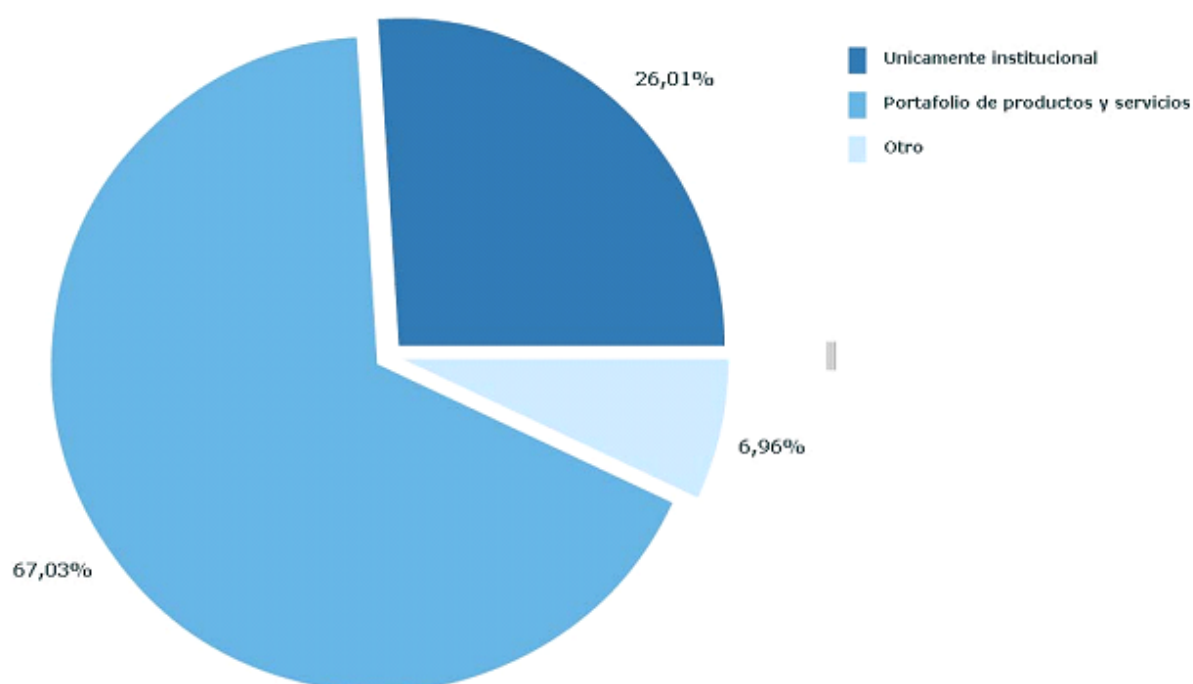
Conclusiones destacadas

El 97,18% eligieron:
Uno
Dos
La opción menos elegida representa el 2,82%:
Mas

Gráficos de Respuestas

Señale las opciones que correspondan, la información que aparece en su sitio Web es:

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	2,398
Intervalo de confianza (95%)	[2,346 - 2,450]
Tamaño de la muestra	412
Desviación típica	0,542
Error estandar	0,027

Conclusiones destacadas

El 98,30% eligieron:

Portafolio de productos y servicios

Unicamente institucional

La opción menos elegida representa el 9,22%:

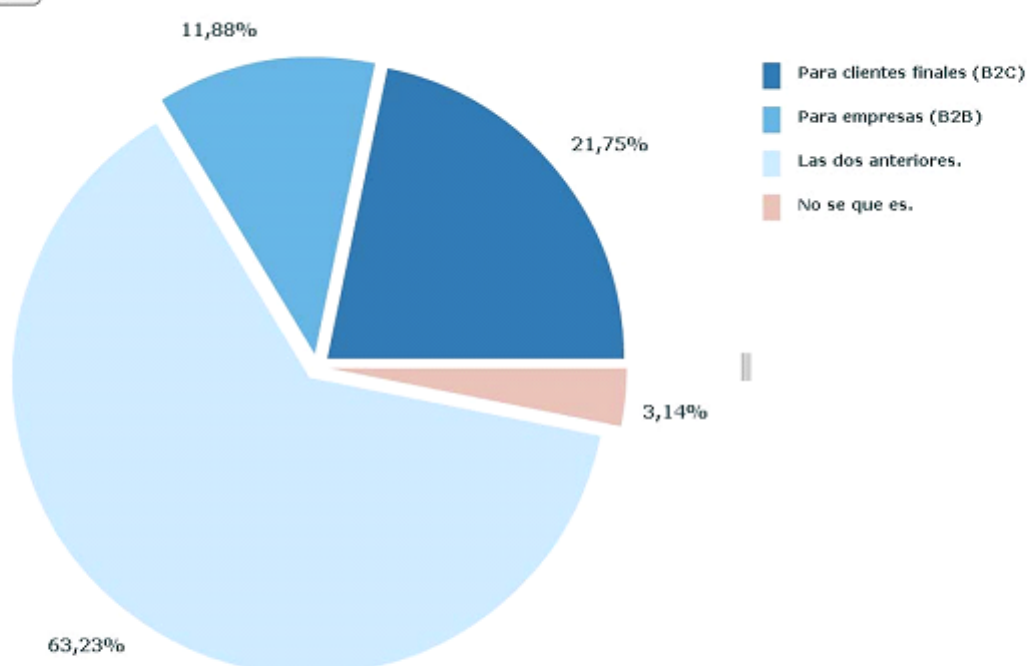
Otro

Gráficos de Respuestas

Marque las opciones validas.

¿La orientación de la pagina Web es?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	2,663
Intervalo de confianza (95%)	[2,579 - 2,746]
Tamaño de la muestra	415
Desviación típica	0,865
Error estandar	0,042

Conclusiones destacadas

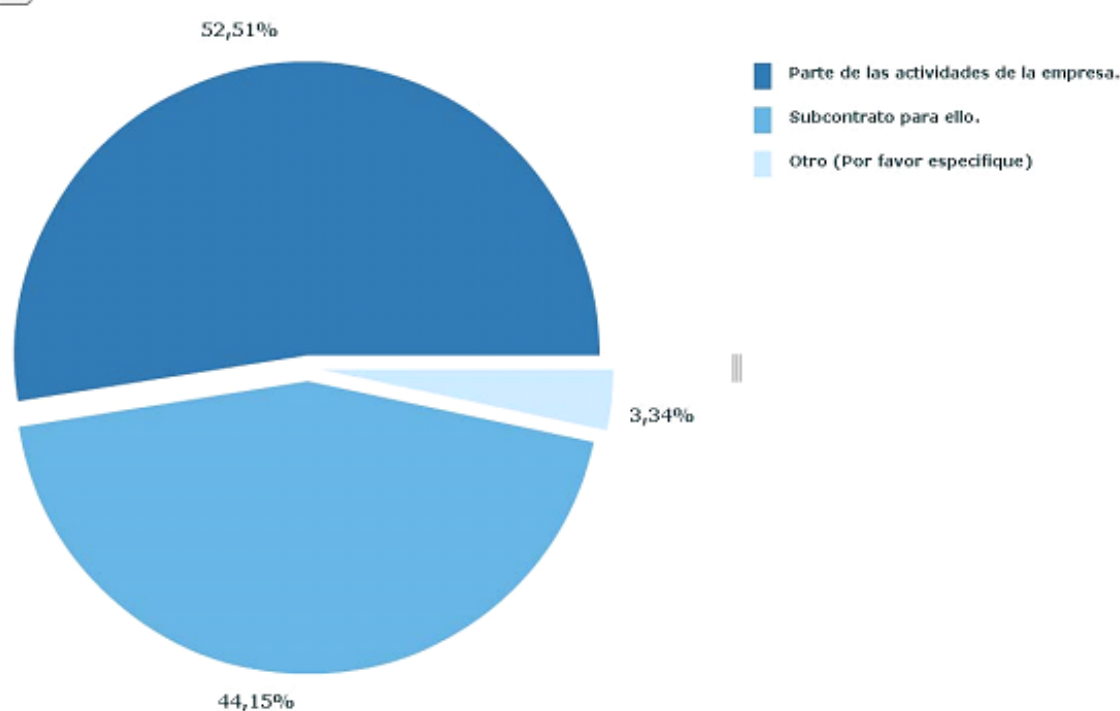
El 88,92% eligieron:
Las dos anteriores.
Para clientes finales (B2C)
La opción menos elegida representa el 3,37%:
No se que es.

Gráficos de Respuestas

Seleccione según sea la situación.

¿La administración de mi página web es?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,557
Intervalo de confianza (95%)	[1,502 - 1,611]
Tamaño de la muestra	406
Desviación típica	0,563
Error estandar	0,028

Conclusiones destacadas

El 97,04% eligieron:

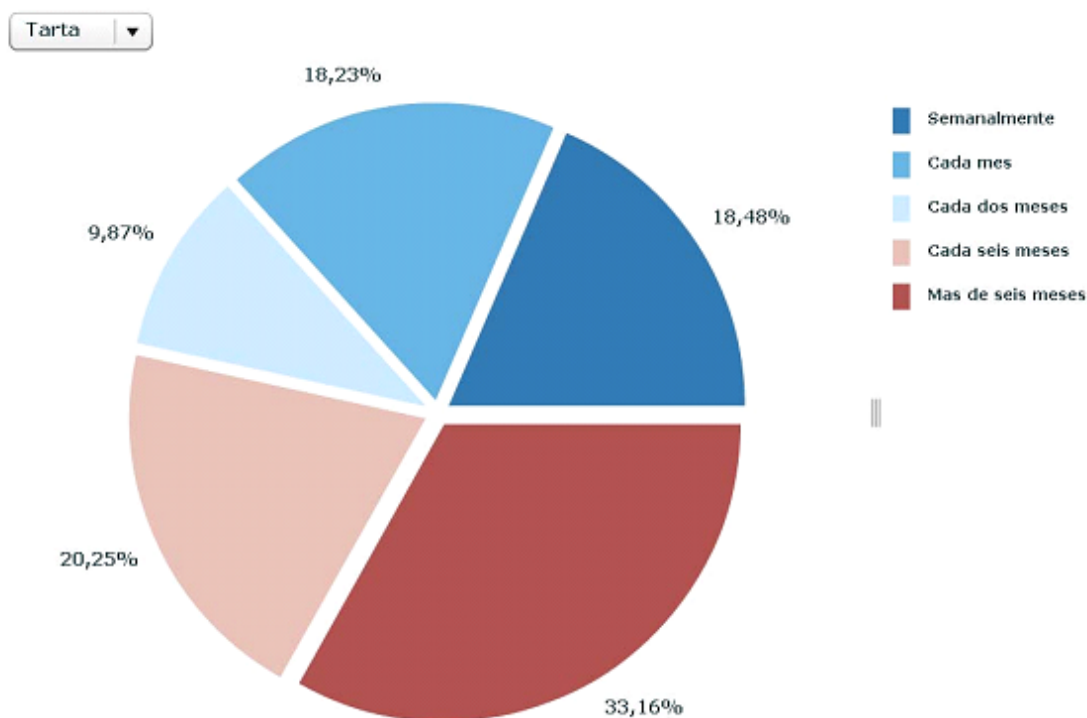
- Parte de las actividades de la empresa.
- Subcontrato para ello.

La opción menos elegida representa el 3,45%:

- Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Cada cuanto tiempo actualiza su sitio web?



Análisis técnico

Media	3,314
Intervalo de confianza (95%)	[3,162 - 3,465]
Tamaño de la muestra	395
Desviación típica	1,536
Error estandar	0,077

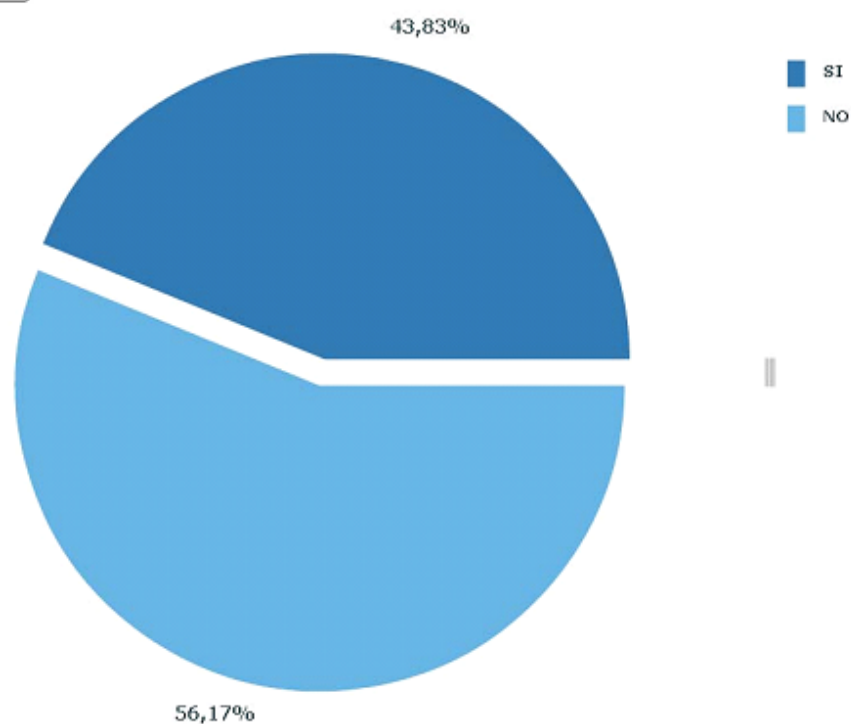
Conclusiones destacadas

El 53,42% eligieron:
Mas de seis meses
Cada seis meses
La opción menos elegida representa el 9,87%:
Cada dos meses

Gráficos de Respuestas

¿Maneja estadísticas de visitantes en su sitio web?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,562
Intervalo de confianza (95%)	[1,513 - 1,611]
Tamaño de la muestra	397
Desviación típica	0,497
Error estandar	0,025

Conclusiones destacadas

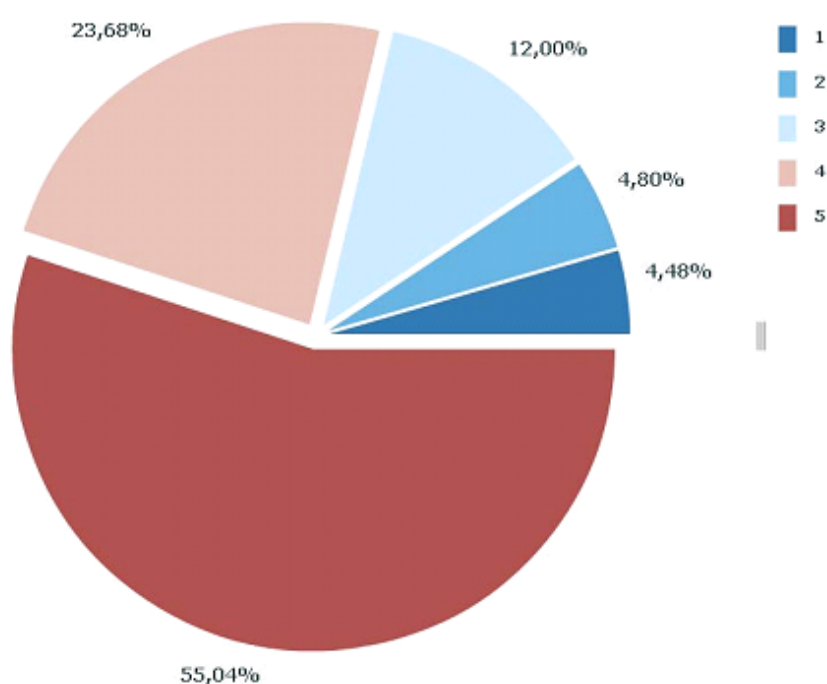
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

La Internet influye positivamente en la productividad de mi empresa

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	4,200
Intervalo de confianza (95%)	[4,113 - 4,287]
Tamaño de la muestra	625
Desviación típica	1,108
Error estándar	0,044

Conclusiones destacadas

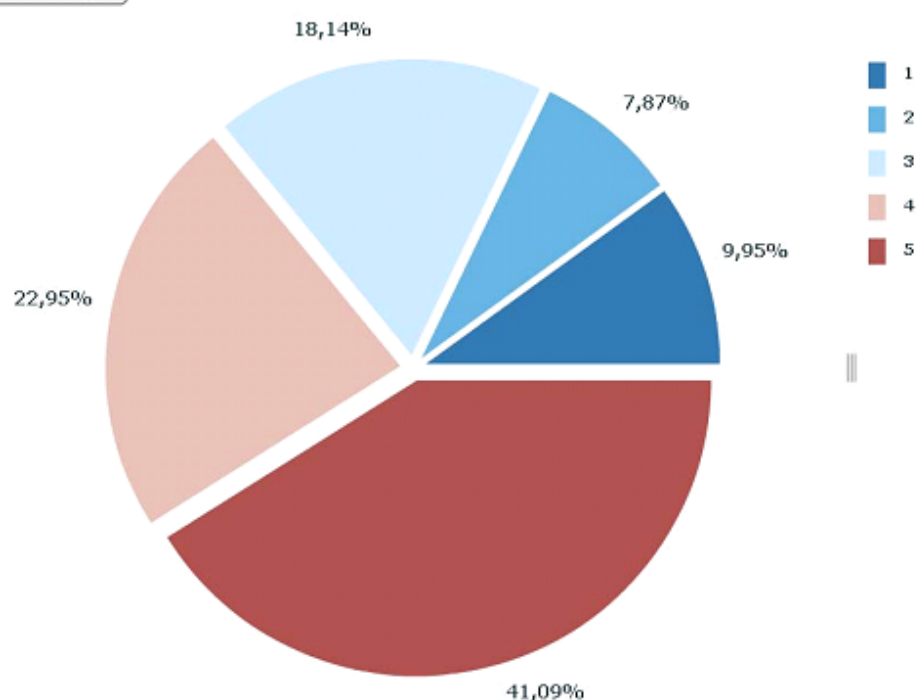
El 78,72% eligieron:
5
4
La opción menos elegida representa el 4,48%:
1

Nota: Siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Gráficos de Respuestas

El uso de Internet ha reducido mis costos

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	3,774
Intervalo de confianza (95%)	[3,670 - 3,878]
Tamaño de la muestra	623
Desviación típica	1,324
Error estandar	0,053

Conclusiones destacadas

El 64,04% eligieron:

5

4

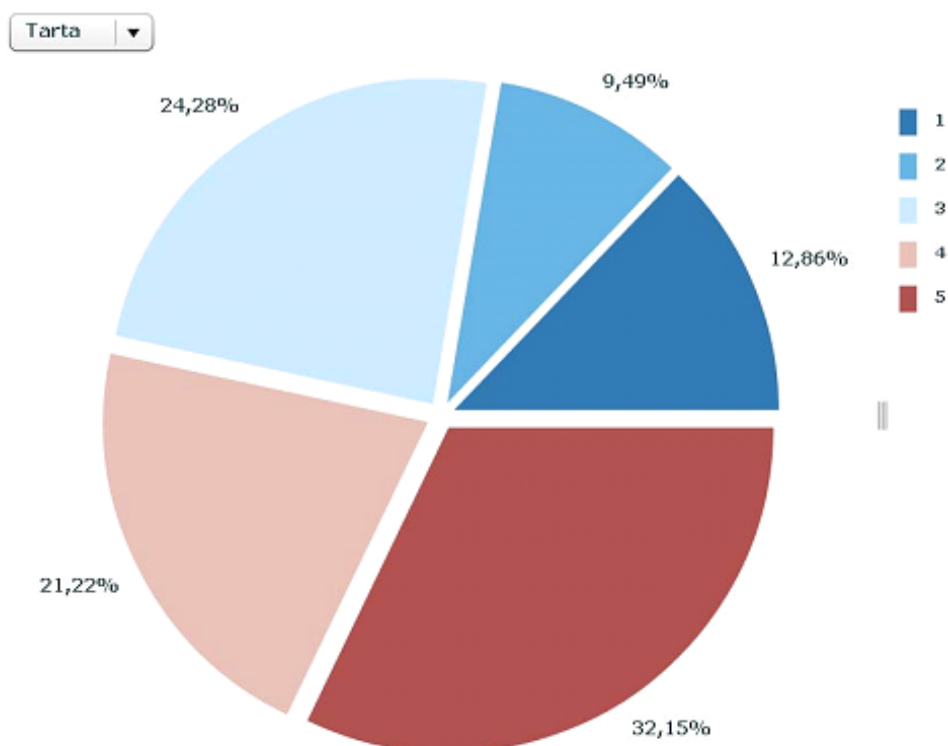
La opción menos elegida representa el 7,87%:

2

Nota: Siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo

Gráficos de Respuestas

Internet ha influido positivamente en la captación de nuevos clientes



Análisis técnico

Media	3,503
Intervalo de confianza (95%)	[3,396 - 3,610]
Tamaño de la muestra	622
Desviación típica	1,363
Error estandar	0,055

Conclusiones destacadas

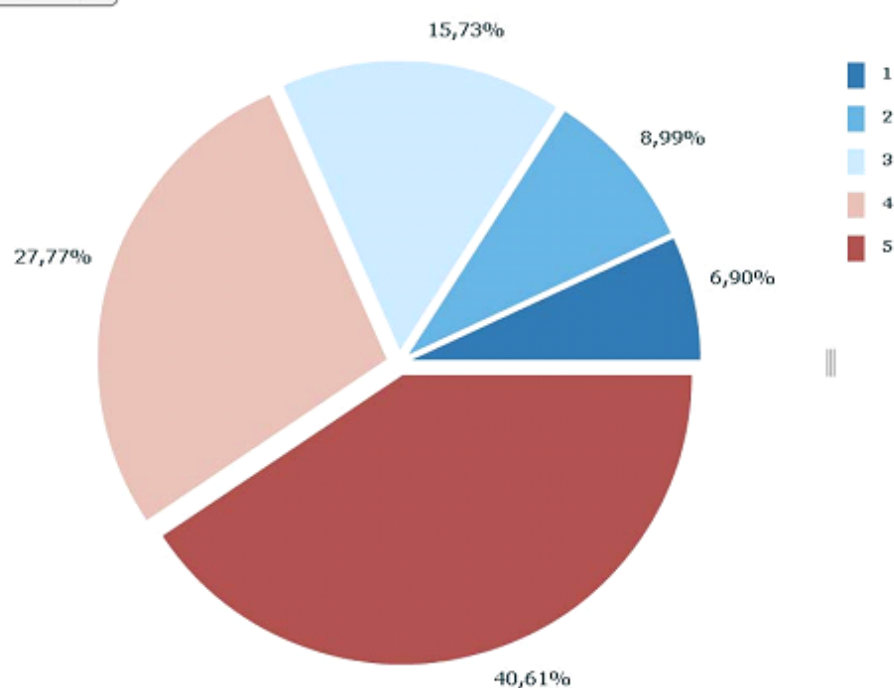
El 56,43% eligieron:
5
3
La opción menos elegida representa el 9,49%:
2

Nota: Siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Gráficos de Respuestas

Internet ha simplificado el trabajo en mi empresa

Tarta



Análisis técnico

Media	3,862
Intervalo de confianza (95%)	[3,765 - 3,959]
Tamaño de la muestra	623
Desviación típica	1,236
Error estándar	0,050

Conclusiones destacadas

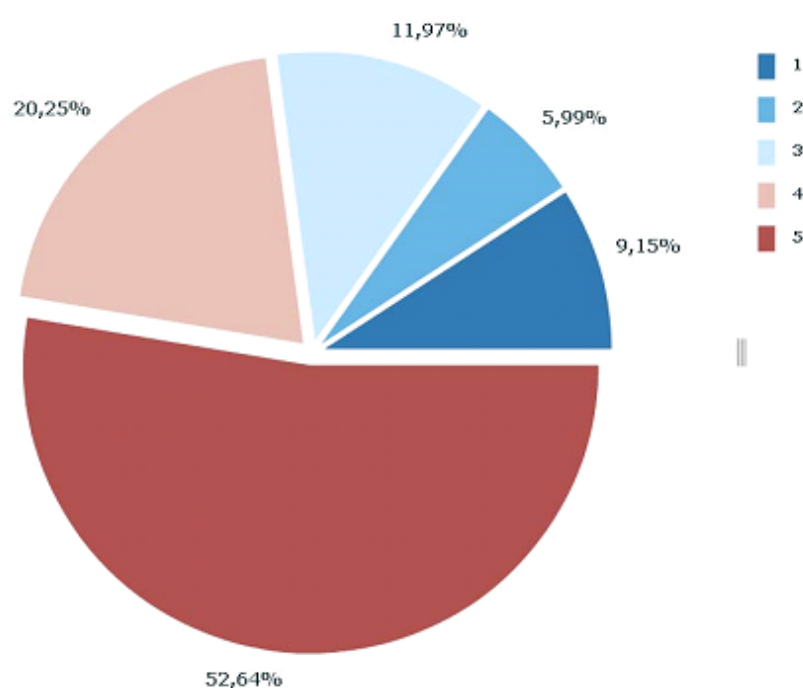
El **68,38%** eligieron:
5
4
La opción menos elegida representa el **6,90%**:
1

Nota: Siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Gráficos de Respuestas

Sin Internet los procesos relativos a exportaciones serían lentos

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	4,012
Intervalo de confianza (95%)	[3,905 - 4,120]
Tamaño de la muestra	568
Desviación típica	1,309
Error estandar	0,055

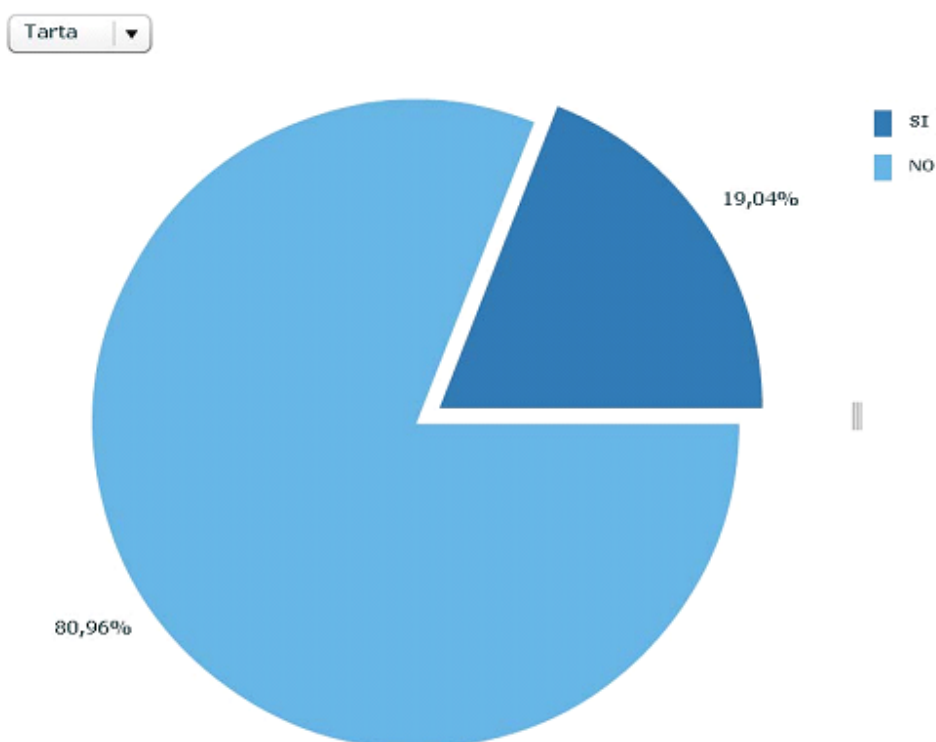
Conclusiones destacadas

El 72,89% eligieron:
5
4
La opción menos elegida representa el 5,99%:
2

Nota: Siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Gráficos de Respuestas

¿Realiza su organización Videoconferencia con sus clientes del exterior?



Análisis técnico

Media	1,810
Intervalo de confianza (95%)	[1,778 - 1,841]
Tamaño de la muestra	604
Desviación típica	0,393
Error estandar	0,016

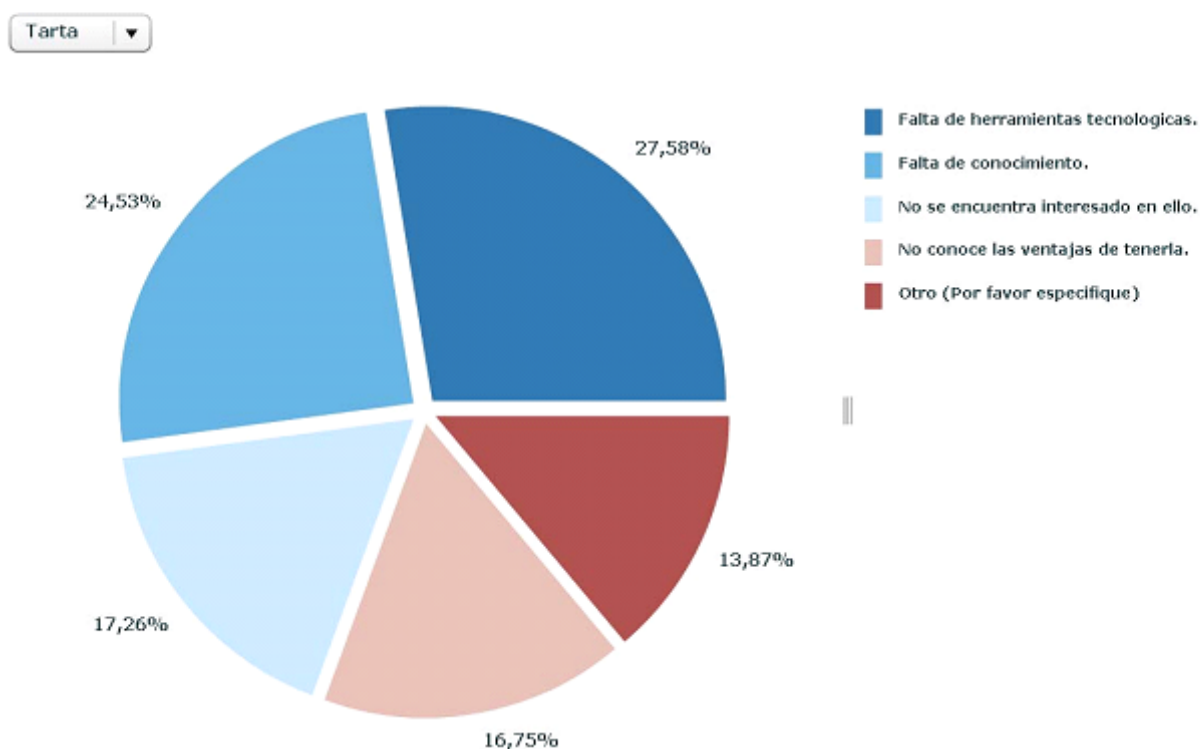
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

Si su respuesta en la pregunta anterior fue NO, indique las razones por las cuales no lo hace:



Análisis técnico

Media	3,589
Intervalo de confianza (95%)	[3,458 - 3,721]
Tamaño de la muestra	436
Desviación típica	1,397
Error estandar	0,067

Conclusiones destacadas

El 54,59% eligieron:

Falta de herramientas tecnológicas.

Falta de conocimiento.

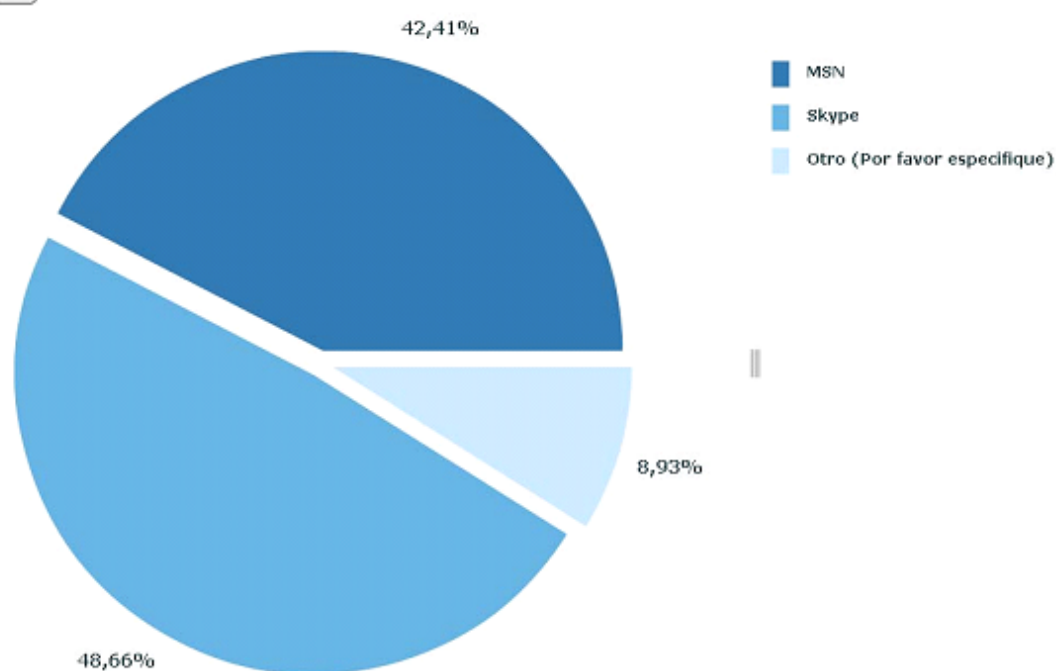
La opción menos elegida representa el 18,81%:

Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Indique los recursos con los cuales realiza sus videoconferencias?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	2,288
Intervalo de confianza (95%)	[2,191 - 2,386]
Tamaño de la muestra	163
Desviación típica	0,635
Error estandar	0,050

Conclusiones destacadas

El 92,64% eligieron:

Skype

MSN

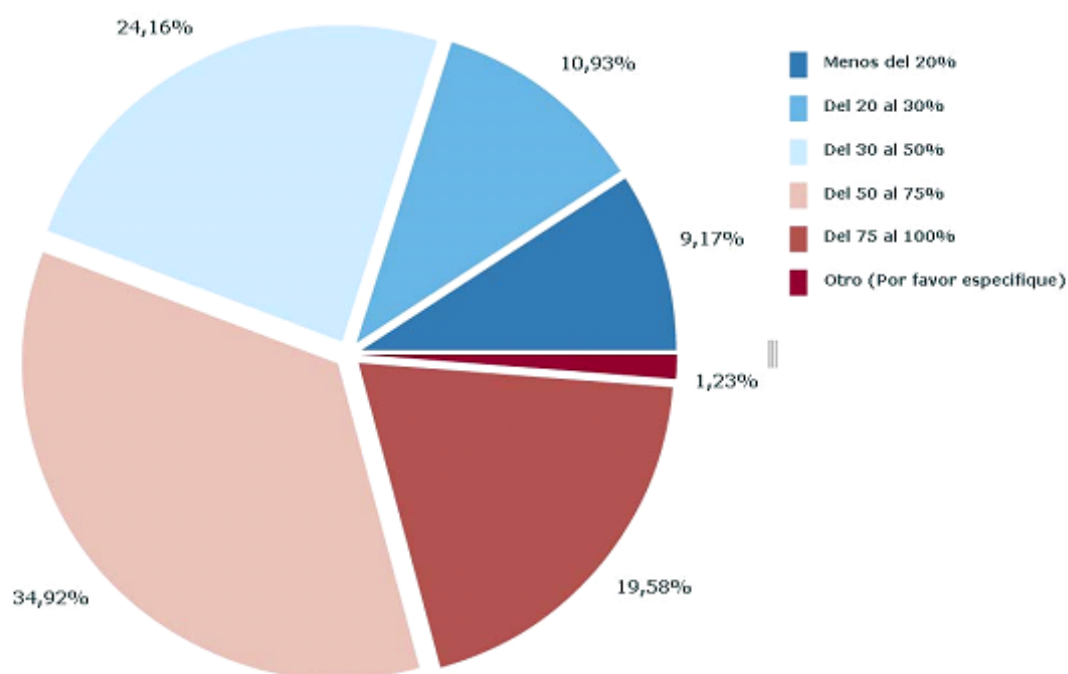
La opción menos elegida representa el 12,27%:

Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿En que porcentaje Internet ha sustituido los medios convencionales de comunicación (fax, teléfono, etc.) ?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	3,485
Intervalo de confianza (95%)	[3,385 - 3,585]
Tamaño de la muestra	567
Desviación típica	1,219
Error estandar	0,051

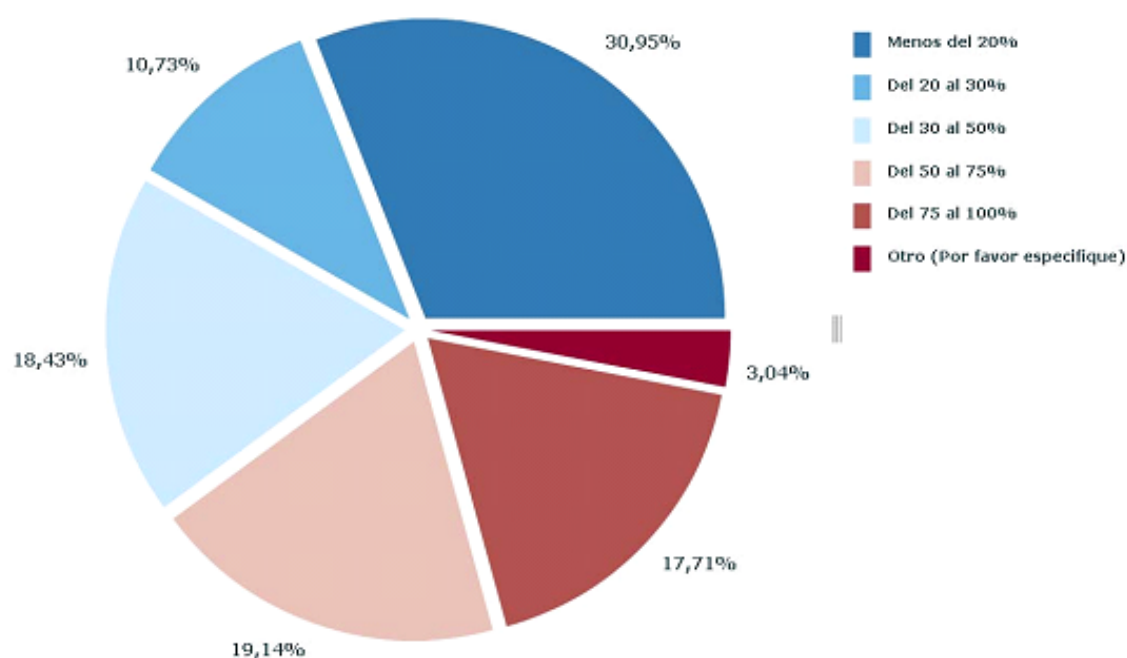
Conclusiones destacadas

El 59,08% eligieron:
Del 50 al 75%
Del 30 al 50%
La opción menos elegida representa el 1,23%:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Para sus comunicaciones internas (organizacionales) indique el porcentaje que son por Internet?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	2,911
Intervalo de confianza (95%)	[2,779 - 3,042]
Tamaño de la muestra	559
Desviación típica	1,586
Error estandar	0,067

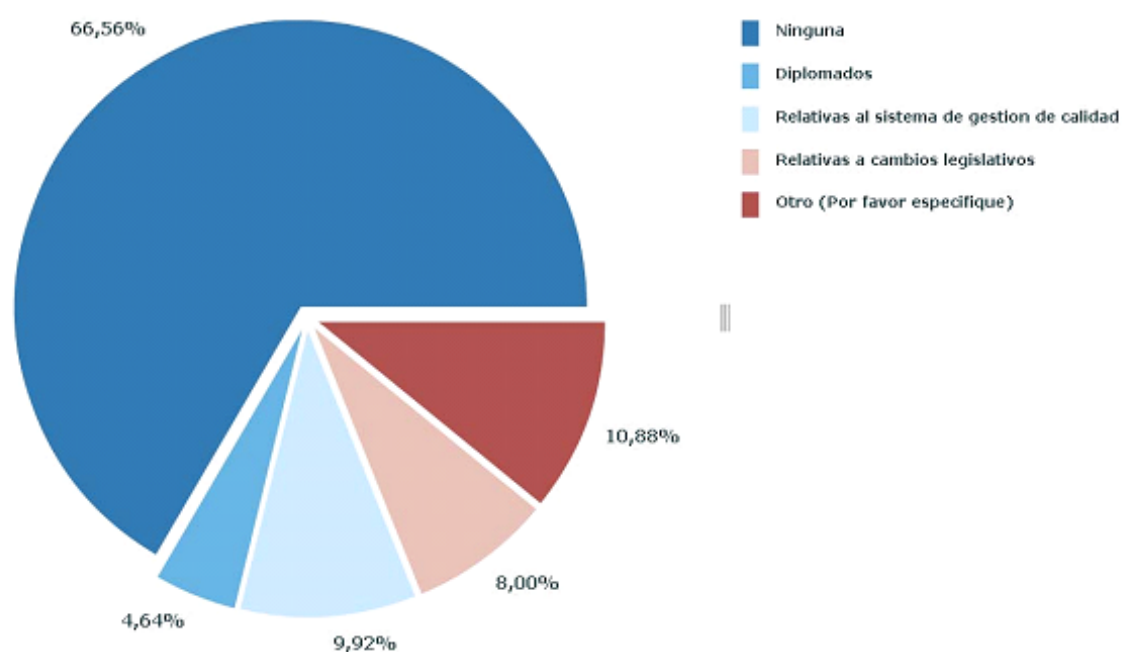
Conclusiones destacadas

El 50,09% eligieron:
Menos del 20%
Del 50 al 75%
La opción menos elegida representa el 3,04%:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

Conteste esta pregunta si aplica ¿Qué tipo de capacitación se realiza en su empresa vía Internet?

Tarta



Análisis técnico

Media	2,102
Intervalo de confianza (95%)	[1,984 - 2,219]
Tamaño de la muestra	571
Desviación típica	1,436
Error estándar	0,060

Conclusiones destacadas

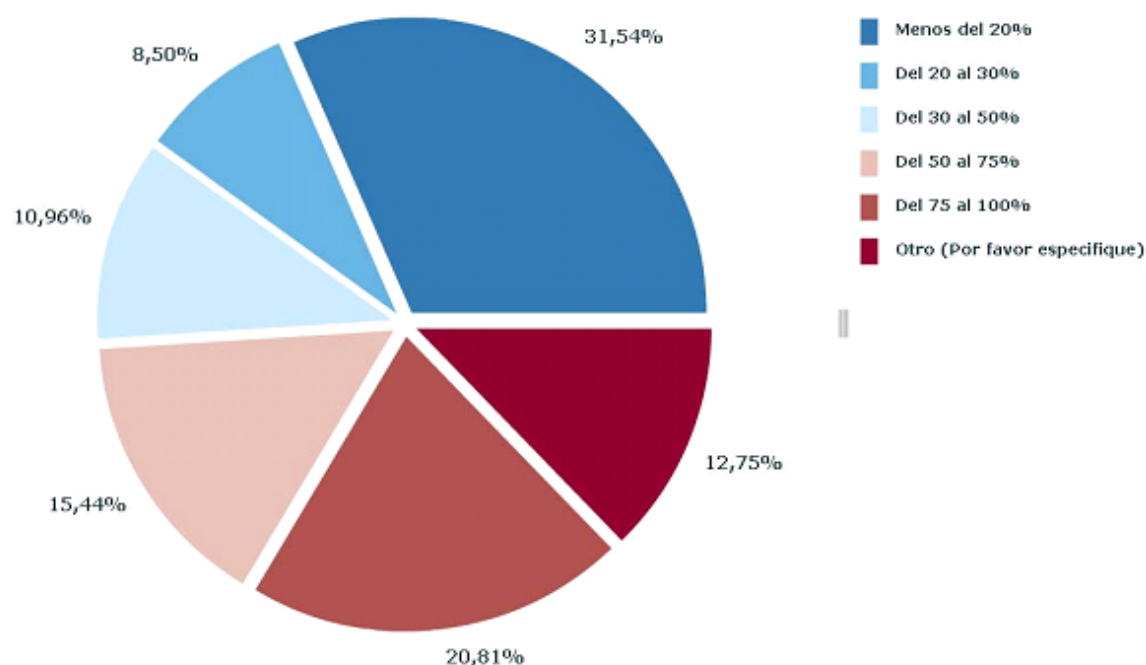
El 84,59% eligieron:
Ninguna
Otro (Por favor especifique)

La opción menos elegida representa el 5,08%:
Diplomados

Gráficos de Respuestas

¿Que porcentaje de uso tiene Internet para sus actividades de exportación?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	3,237
Intervalo de confianza (95%)	[3,065 - 3,409]
Tamaño de la muestra	447
Desviación típica	1,853
Error estandar	0,088

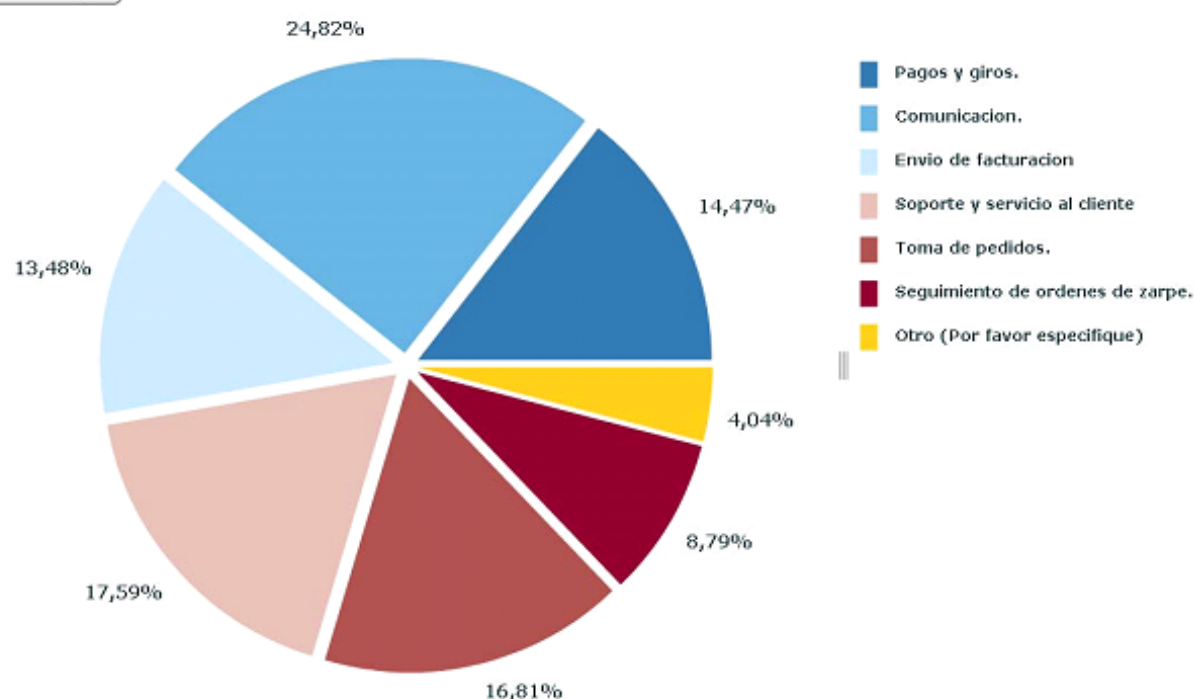
Conclusiones destacadas

El 52,35% eligieron:
Menos del 20%
Del 75 al 100%
La opción menos elegida representa el 8,50%:
Del 20 al 30%

Gráficos de Respuestas

Marque las actividades para las que usa Internet como herramienta exportadora

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	11,254
Intervalo de confianza (95%)	[11,090 - 11,417]
Tamaño de la muestra	426
Desviación típica	1,719
Error estandar	0,083

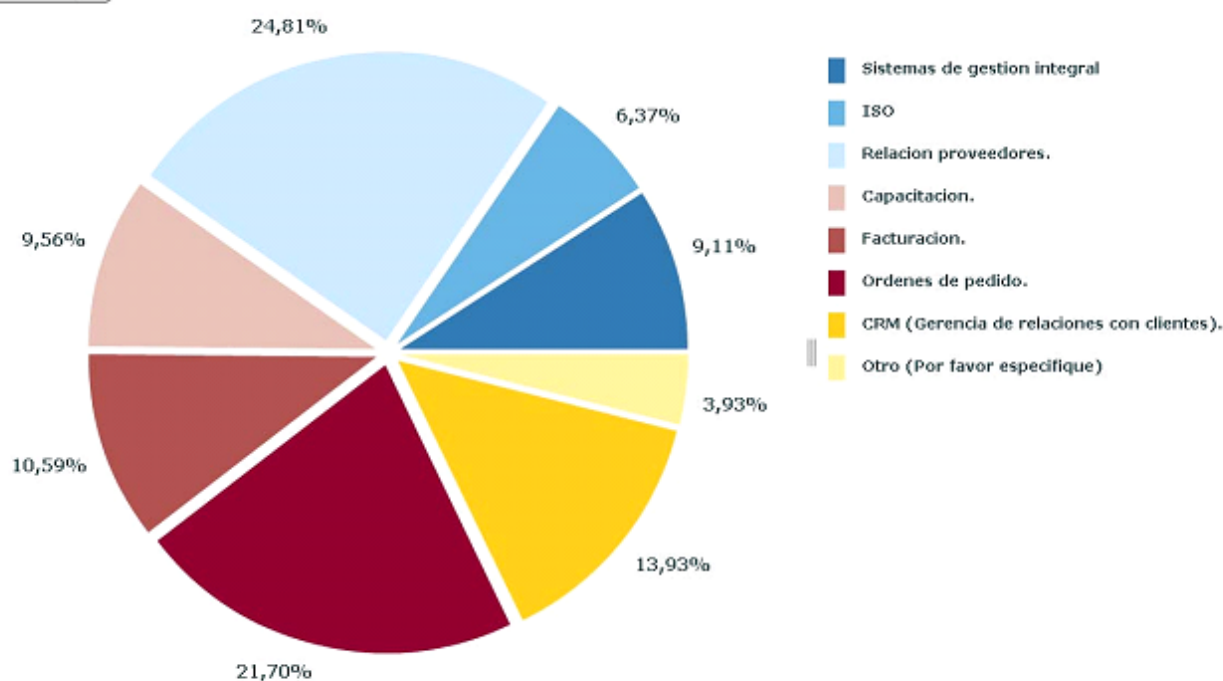
Conclusiones destacadas

El 85,21% eligieron:
Comunicación.
Soporte y servicio al cliente
La opción menos elegida representa el 13,38%:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

Seleccione las opciones para las cuales utiliza Internet como herramienta de gestión

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	11,550
Intervalo de confianza (95%)	[11,379 - 11,721]
Tamaño de la muestra	522
Desviación típica	1,991
Error estandar	0,087

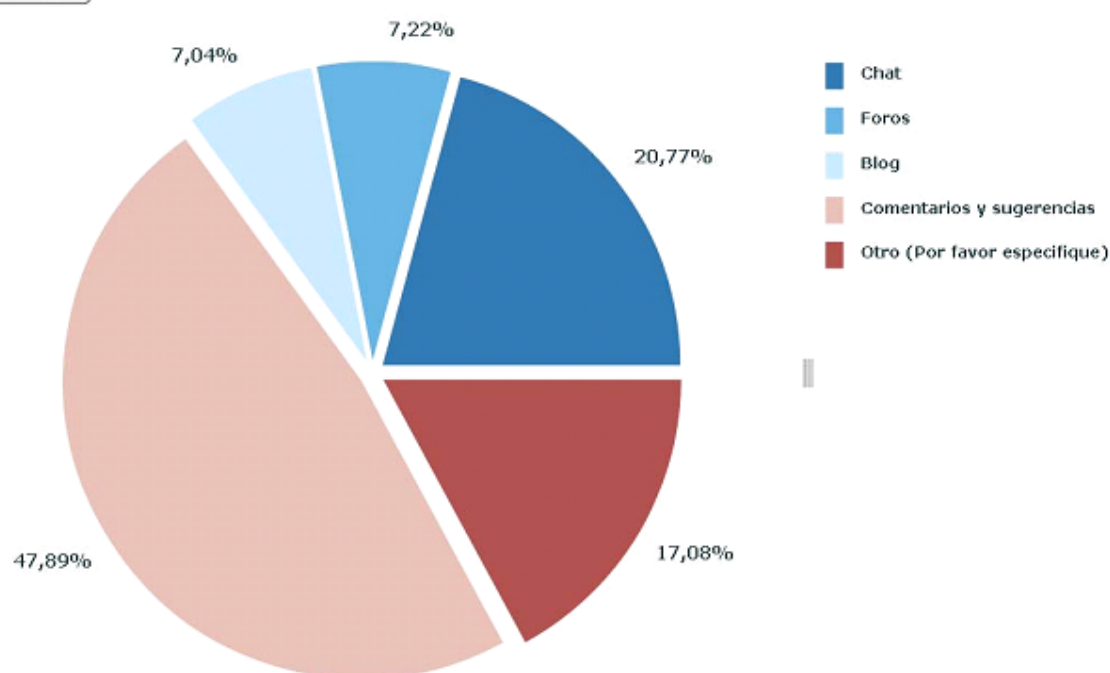
Conclusiones destacadas

El **78,16%** eligieron:
Relacion proveedores.
Ordenes de pedido.
La opción menos elegida representa el **10,15%**:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

Marque las opciones validas. ¿Cuáles son las actividades por medio de las cuales interactúa con los visitantes de su página?

Tarta



Análisis técnico

Media	4,756
Intervalo de confianza (95%)	[4,619 - 4,894]
Tamaño de la muestra	398
Desviación típica	1,399
Error estandar	0,070

Conclusiones destacadas

El 79,90% eligieron:

Comentarios y sugerencias

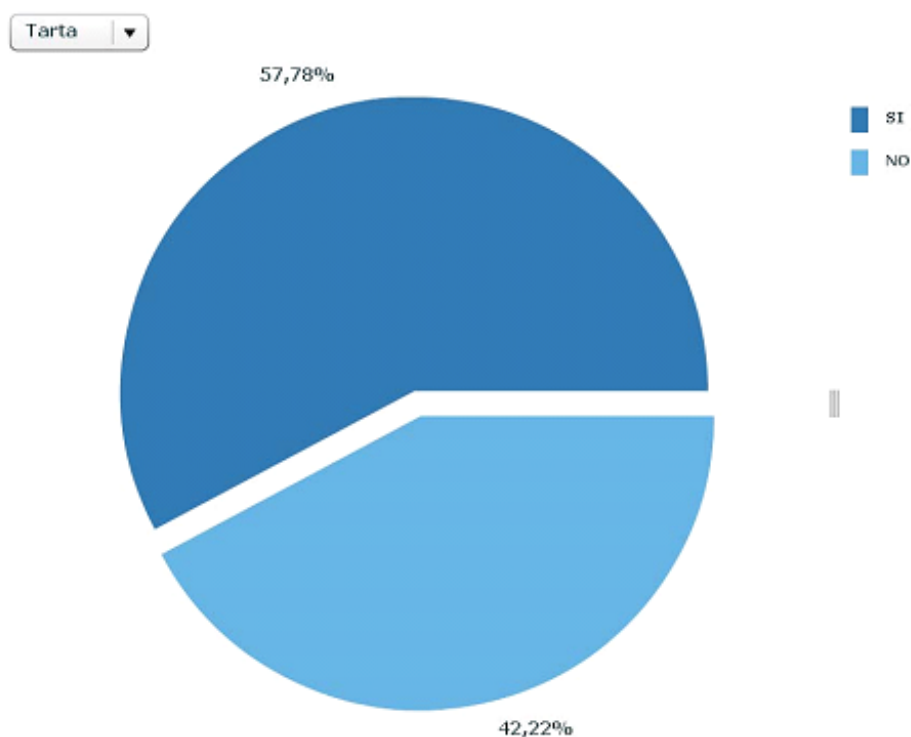
Chat

La opción menos elegida representa el 10,05%:

Blog

Gráficos de Respuestas

¿Utiliza Internet para hacer publicidad a sus productos?



Análisis técnico

Media	1,422
Intervalo de confianza (95%)	[1,382 - 1,462]
Tamaño de la muestra	585
Desviación típica	0,494
Error estandar	0,020

Conclusiones destacadas

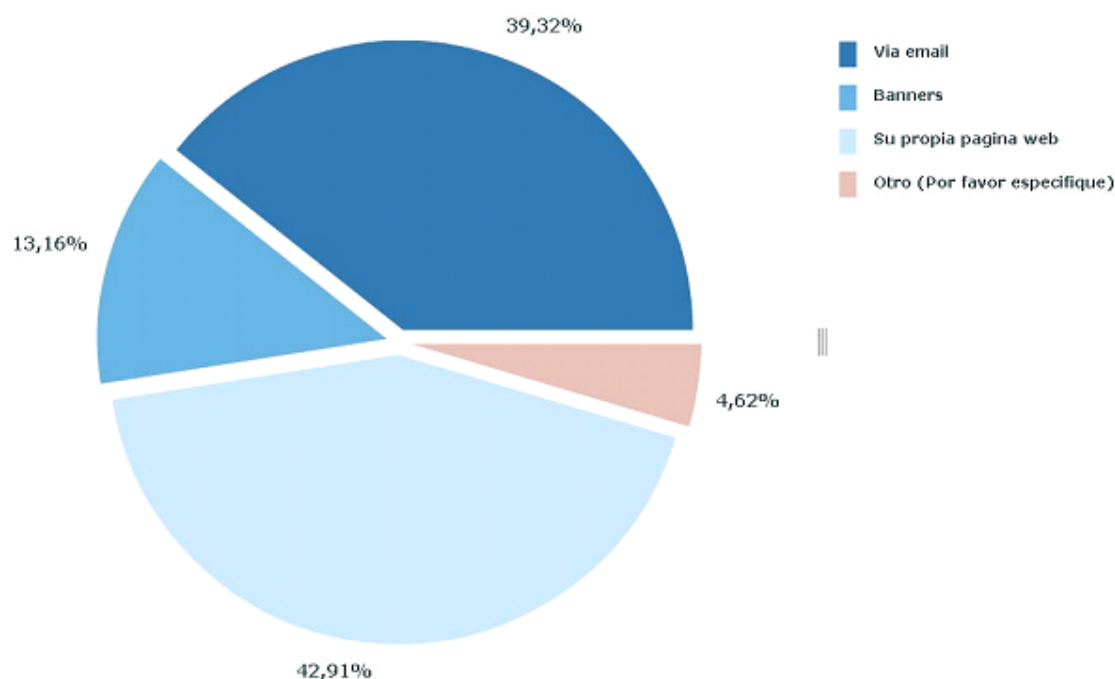
La opción mas elegida fue SI.

La opción menos elegida fue NO.

Gráficos de Respuestas

Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, Selecciones las formas publicitarias de las que hace uso

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	3,716
Intervalo de confianza (95%)	[3,610 - 3,823]
Tamaño de la muestra	335
Desviación típica	0,996
Error estandar	0,054

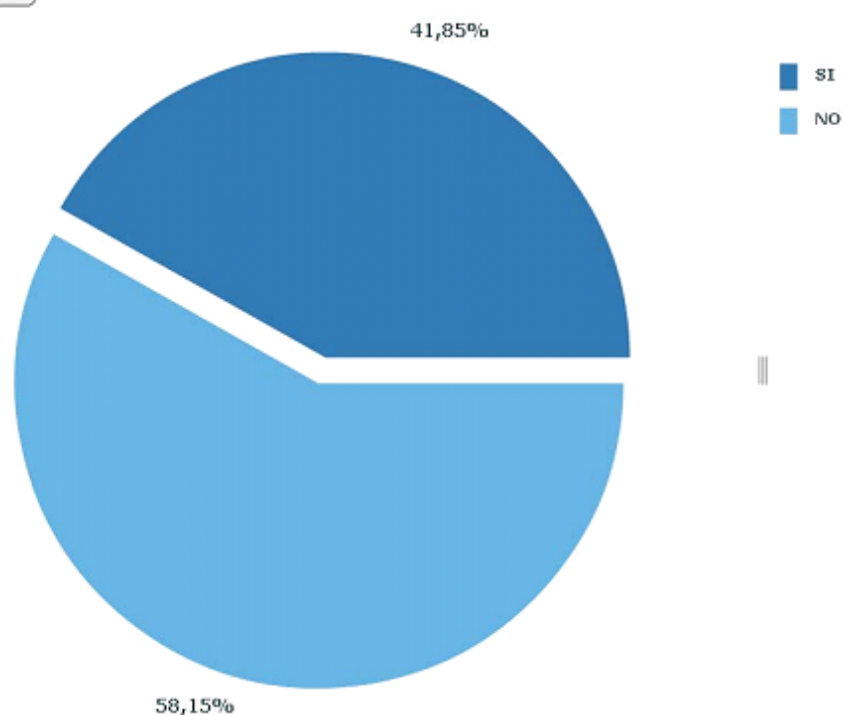
Conclusiones destacadas

El 97,31% eligieron:
Su propia pagina web
Via email
La opción menos elegida representa el 8,06%:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Utiliza Internet para publicar las promociones, incentivos y descuentos?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,581
Intervalo de confianza (95%)	[1,533 - 1,630]
Tamaño de la muestra	399
Desviación típica	0,494
Error estandar	0,025

Conclusiones destacadas

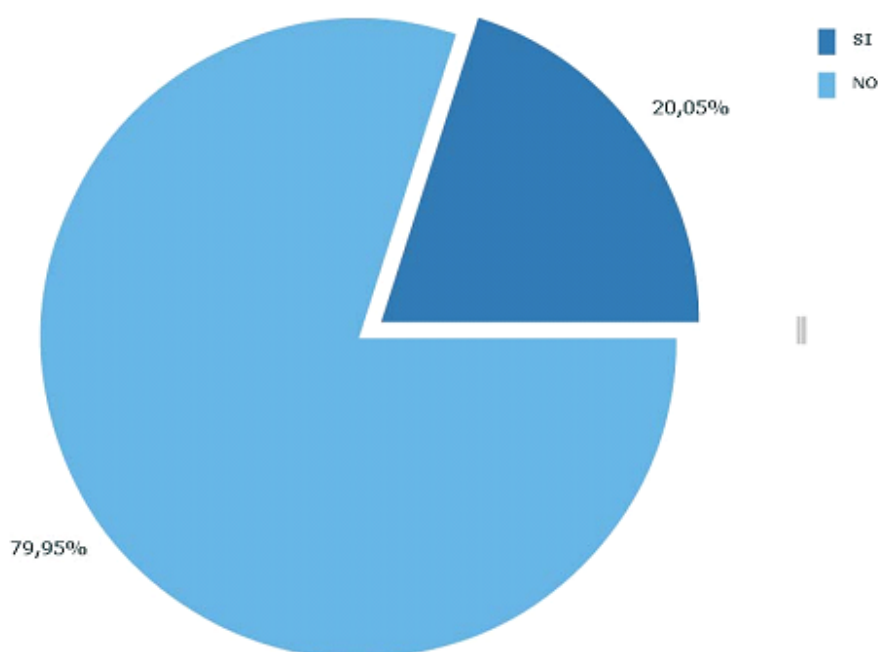
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Sabe usted el posicionamiento de marketing en la web de su sitio en internet?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,799
Intervalo de confianza (95%)	[1,759 - 1,840]
Tamaño de la muestra	379
Desviación típica	0,401
Error estandar	0,021

Conclusiones destacadas

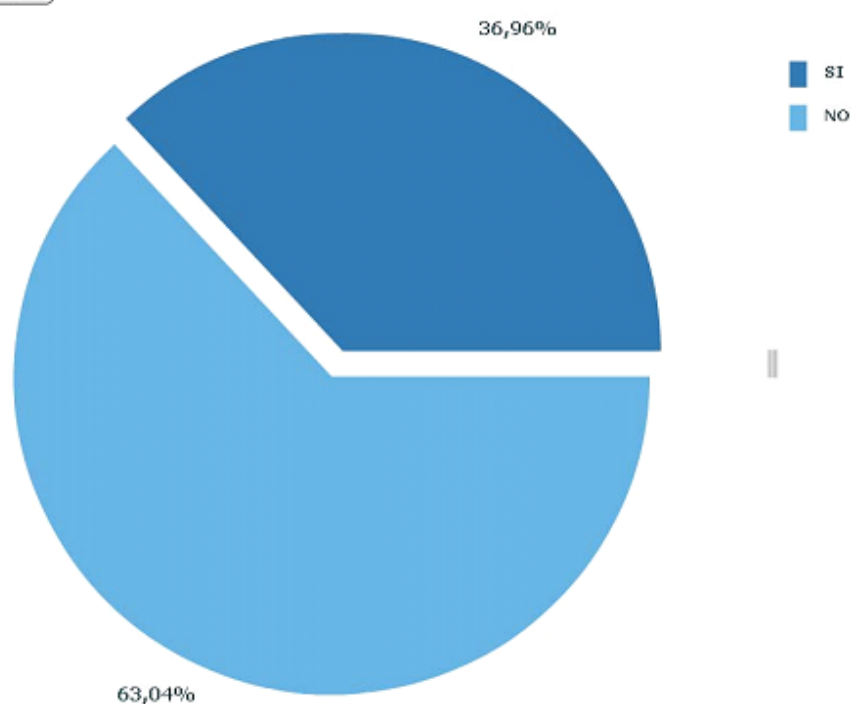
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Hace e-marketing (mercadeo electrónico)?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,630
Intervalo de confianza (95%)	[1,583 - 1,678]
Tamaño de la muestra	395
Desviación típica	0,483
Error estandar	0,024

Conclusiones destacadas

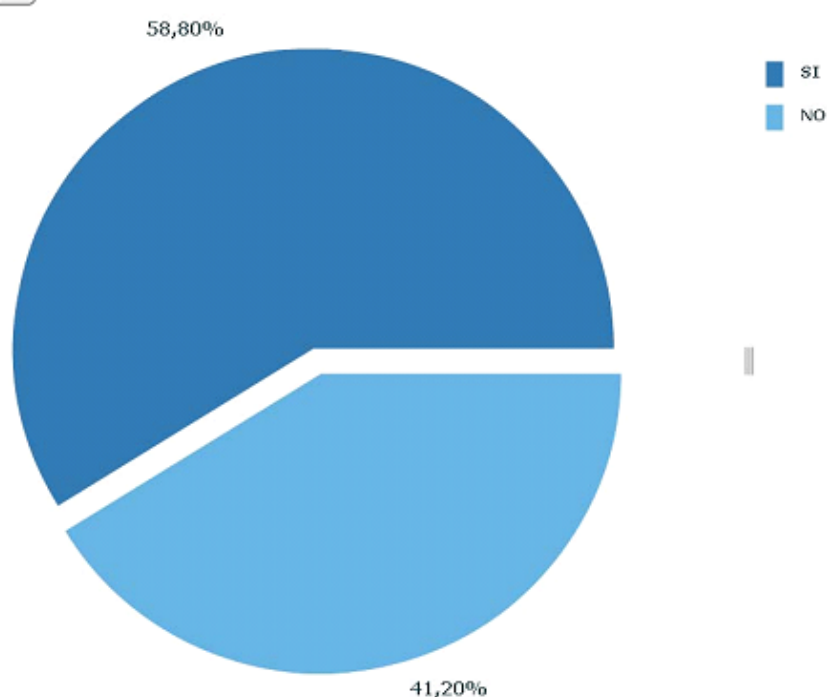
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Ha utilizado Internet para hacer Investigación de mercados?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,412
Intervalo de confianza (95%)	[1,366 - 1,458]
Tamaño de la muestra	449
Desviación típica	0,493
Error estandar	0,023

Conclusiones destacadas

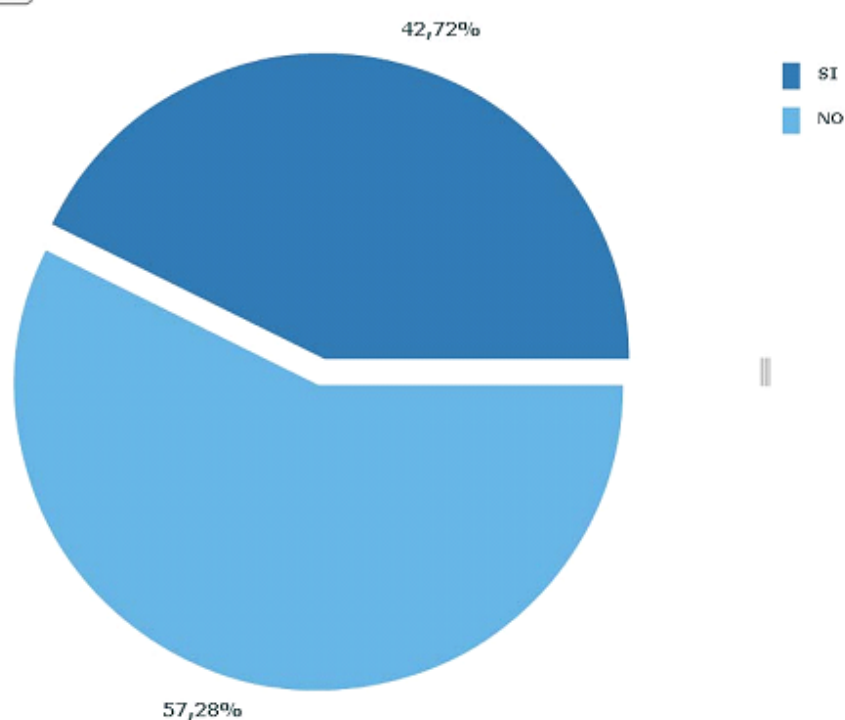
La opción mas elegida fue SI.

La opción menos elegida fue NO.

Gráficos de Respuestas

¿Promociona su página web por internet?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,573
Intervalo de confianza (95%)	[1,525 - 1,621]
Tamaño de la muestra	405
Desviación típica	0,495
Error estándar	0,025

Conclusiones destacadas

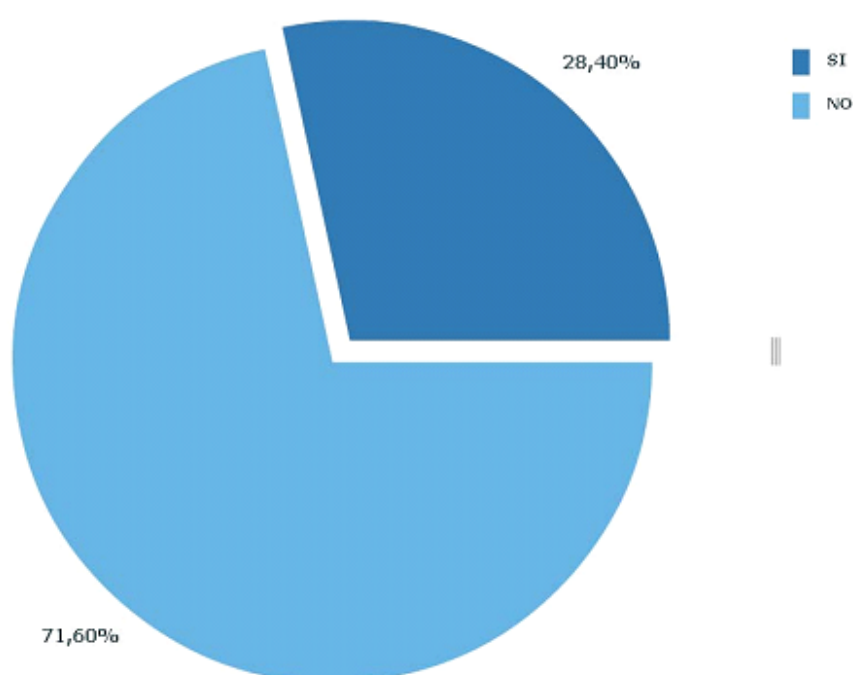
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Realiza acciones para aparecer en las primeras ubicaciones de los buscadores web?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,716
Intervalo de confianza (95%)	[1,672 - 1,760]
Tamaño de la muestra	405
Desviación típica	0,451
Error estandar	0,022

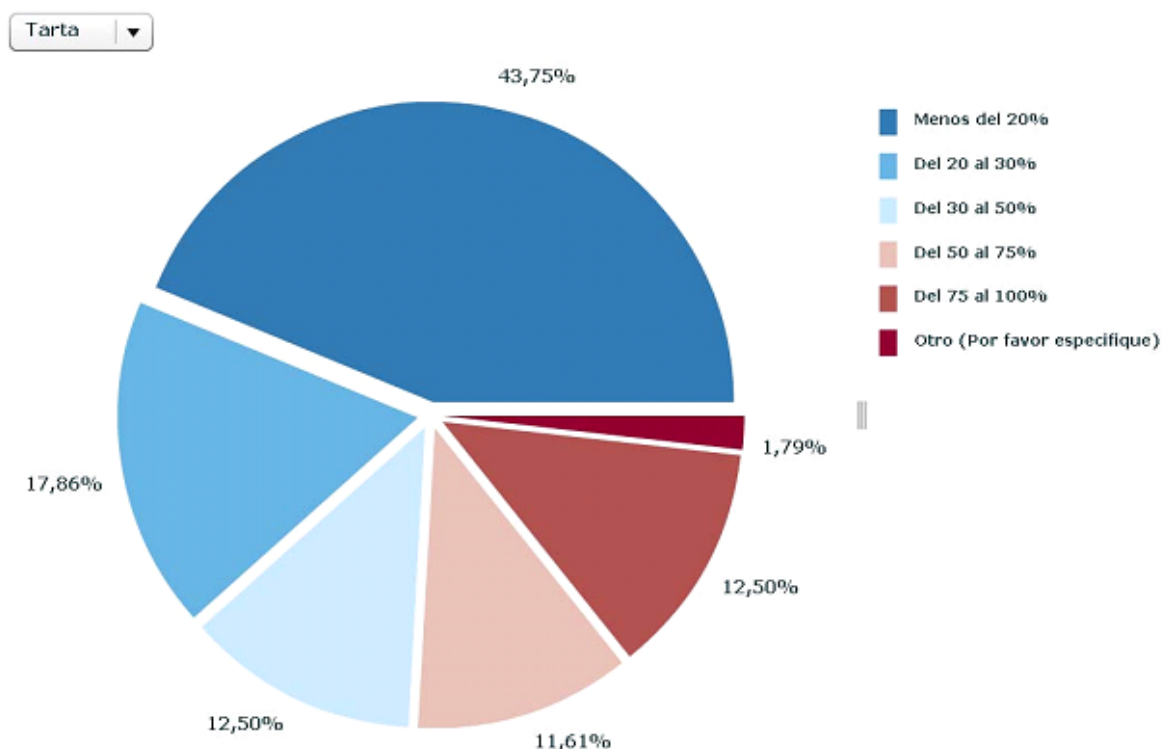
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, Indique el porcentaje de sus ventas que son hechas por Internet



Análisis técnico

Media	2,366
Intervalo de confianza (95%)	[2,084 - 2,648]
Tamaño de la muestra	112
Desviación típica	1,525
Error estandar	0,144

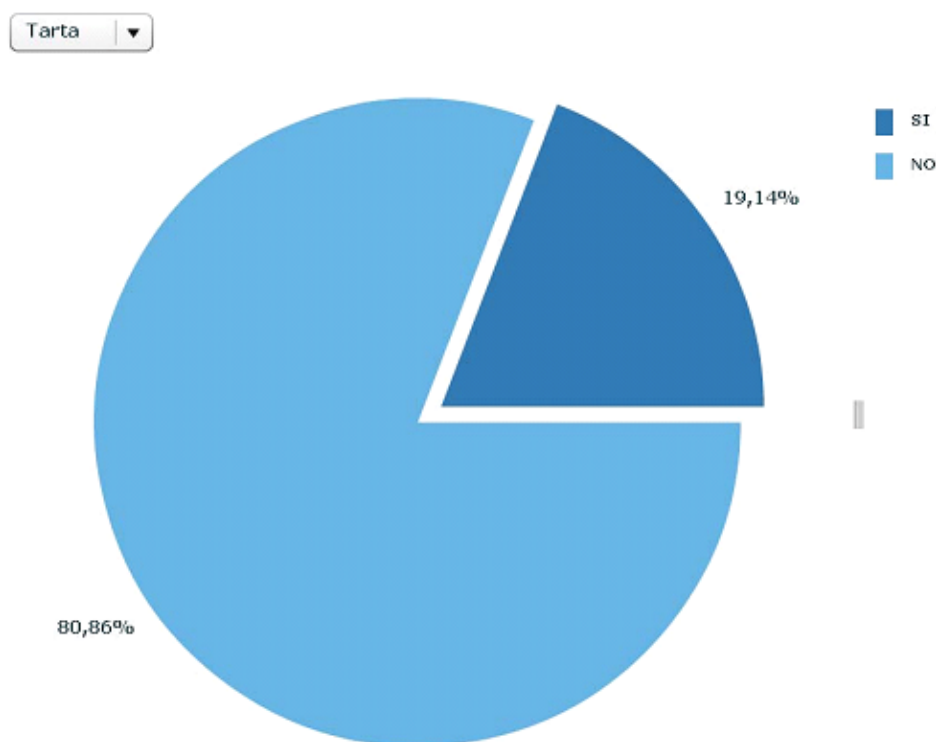
Conclusiones destacadas

El **61,61%** eligieron:
Menos del 20%
Del 20 al 30%

La opción menos elegida representa el **1,79%**:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Su organización realiza ventas por Internet?



Análisis técnico

Media	1,809
Intervalo de confianza (95%)	[1,777 - 1,841]
Tamaño de la muestra	580
Desviación típica	0,394
Error estandar	0,016

Conclusiones destacadas

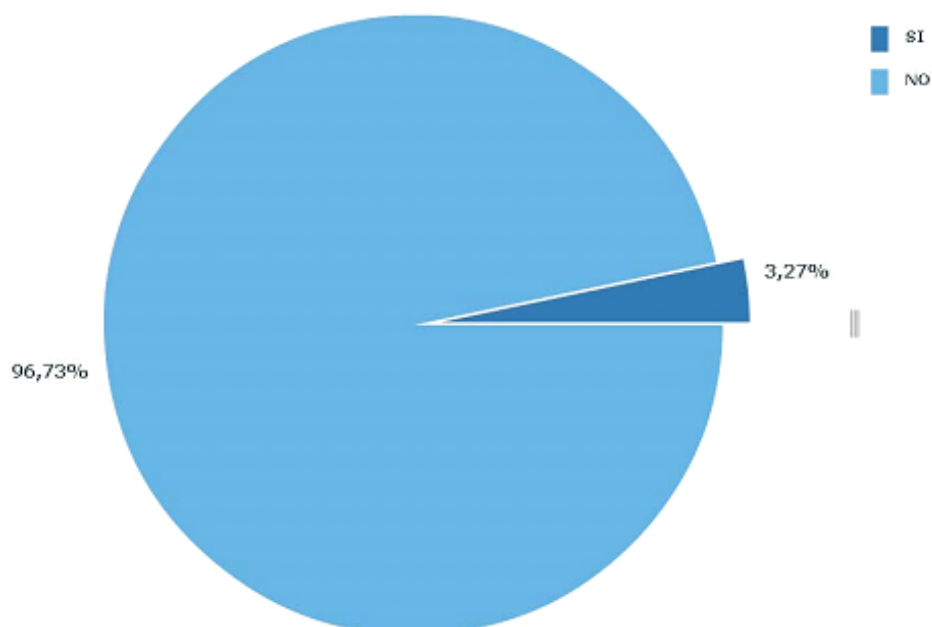
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿su empresa realiza ventas al exterior a través de marketplace como e-bay?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,967
Intervalo de confianza (95%)	[1,946 - 1,988]
Tamaño de la muestra	275
Desviación típica	0,178
Error estandar	0,011

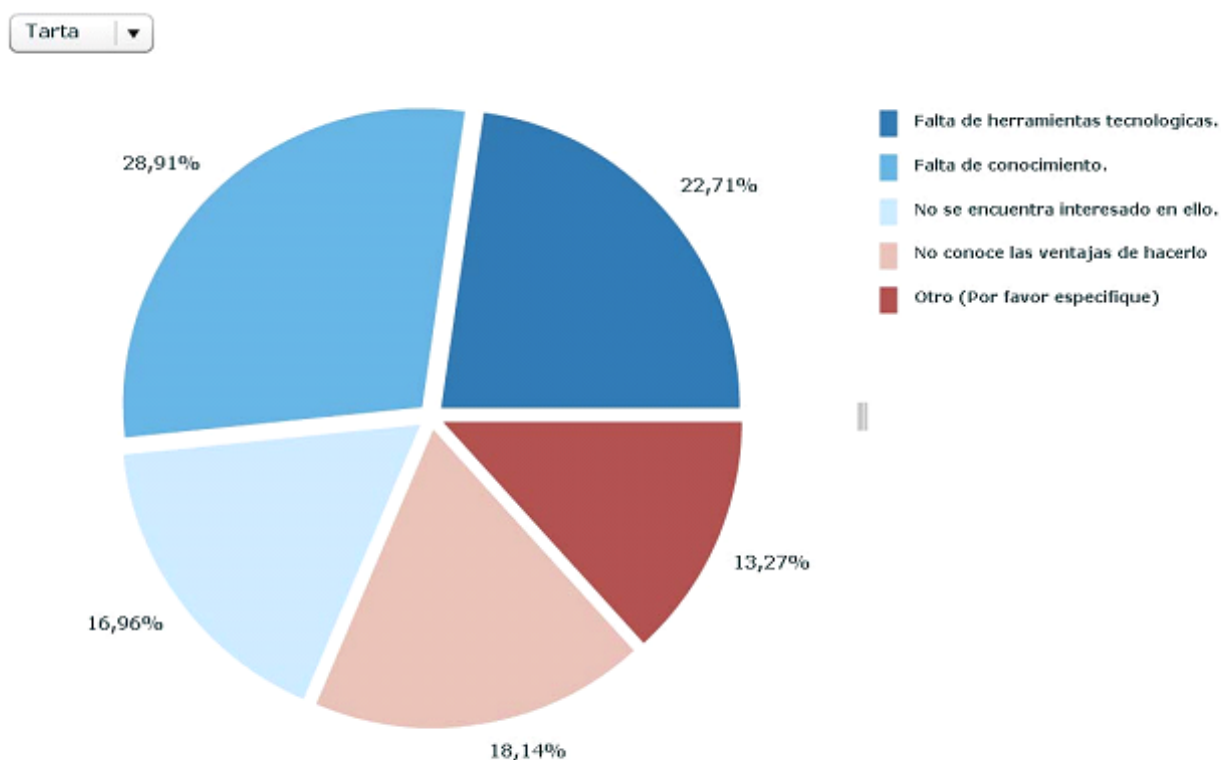
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

Si su respuesta a la pregunta 57 fue NO, seleccione las razones por las cuales su organización NO realiza ventas por Internet.



Análisis técnico

Media	3,681
Intervalo de confianza (95%)	[3,562 - 3,799]
Tamaño de la muestra	498
Desviación típica	1,351
Error estandar	0,061

Conclusiones destacadas

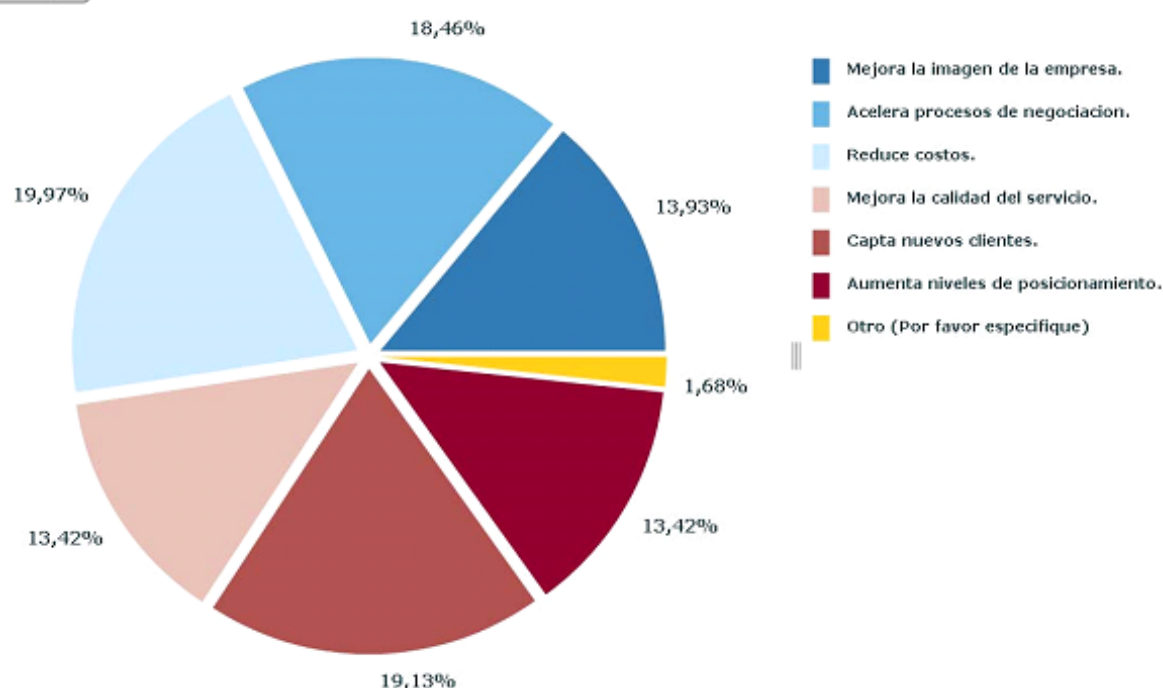
El **56,02%** eligieron:
Falta de conocimiento.
Falta de herramientas tecnologicas.

La opción menos elegida representa el **18,07%**:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

Marque las razones por las cuales realiza ventas por Internet

Tarta ▼



Análisis técnico

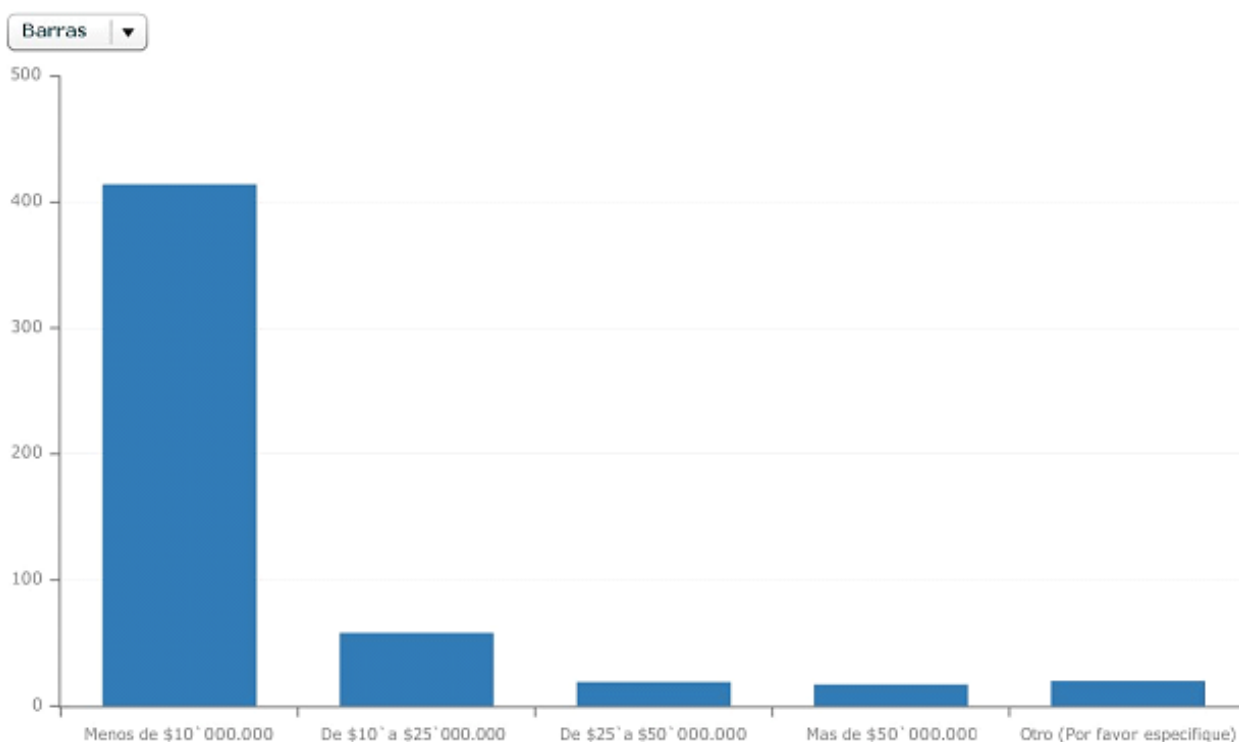
Media	12,963
Intervalo de confianza (95%)	[12,703 - 13,223]
Tamaño de la muestra	162
Desviación típica	1,688
Error estándar	0,133

Conclusiones destacadas

El **86,42%** eligieron:
Reduce costos.
Capta nuevos clientes.
La opción menos elegida representa el **6,17%**:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Cuánto dinero invierte su organización en tecnología de punta en un año?



Análisis técnico

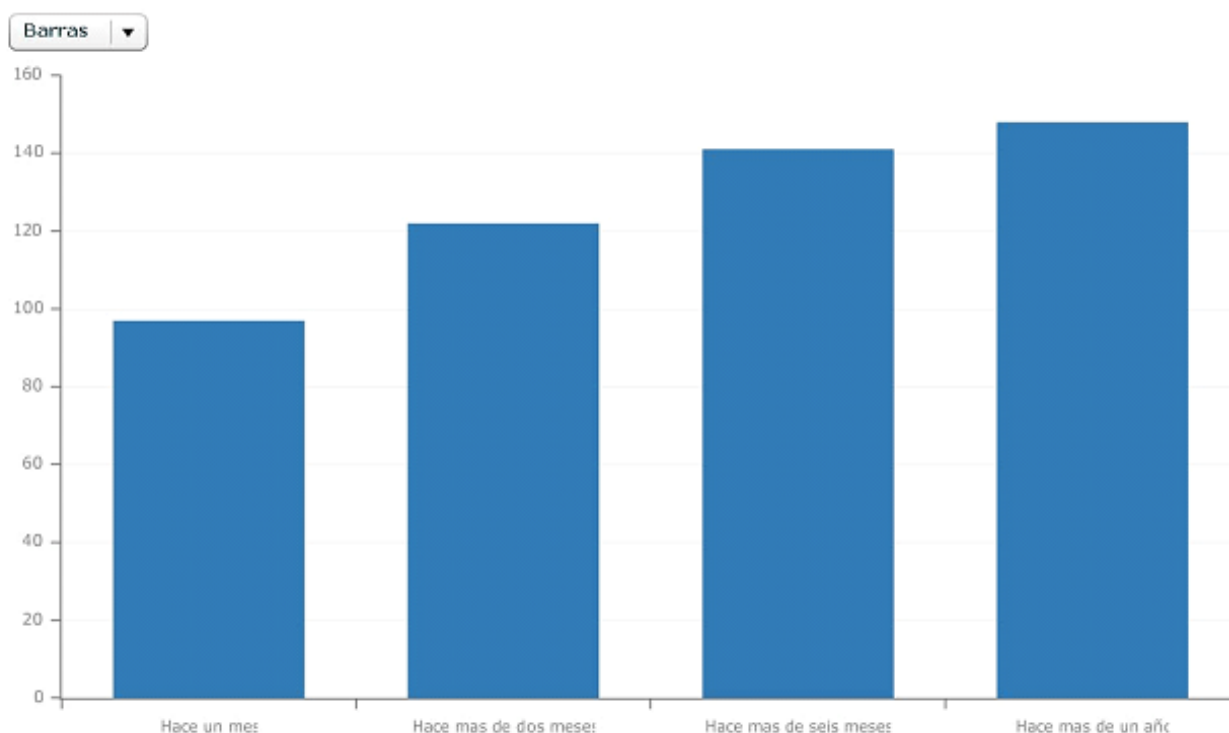
Media	1,430
Intervalo de confianza (95%)	[1,346 - 1,514]
Tamaño de la muestra	528
Desviación típica	0,983
Error estándar	0,043

Conclusiones destacadas

El **89,39%** eligieron:
 Menos de \$10'000.000
 De \$10' a \$25'000.000
 La opción menos elegida representa el **3,22%**:
 Mas de \$50'000.000

Gráficos de Respuestas

¿Cuándo fue la última vez que su organización invirtió en tecnología de punta?



Análisis técnico

Media	2,669
Intervalo de confianza (95%)	[2,574 - 2,764]
Tamaño de la muestra	508
Desviación típica	1,090
Error estándar	0,048

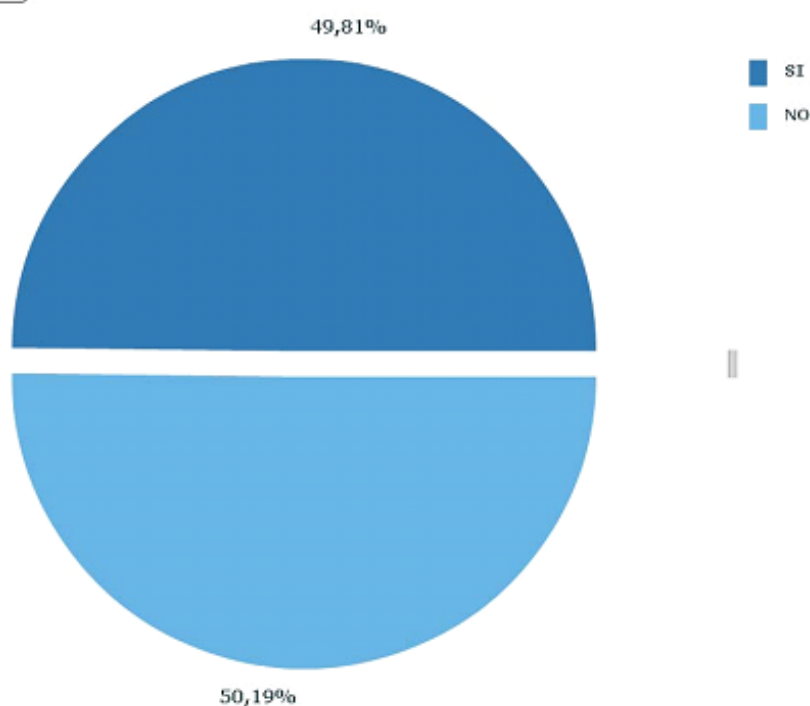
Conclusiones destacadas

El **56,89%** eligieron:
Hace mas de un año
Hace mas de seis meses
La opción menos elegida representa el **19,09%**:
Hace un mes

Gráficos de Respuestas

¿Su organización dispone de una red LAN?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,502
Intervalo de confianza (95%)	[1,460 - 1,544]
Tamaño de la muestra	538
Desviación típica	0,500
Error estándar	0,022

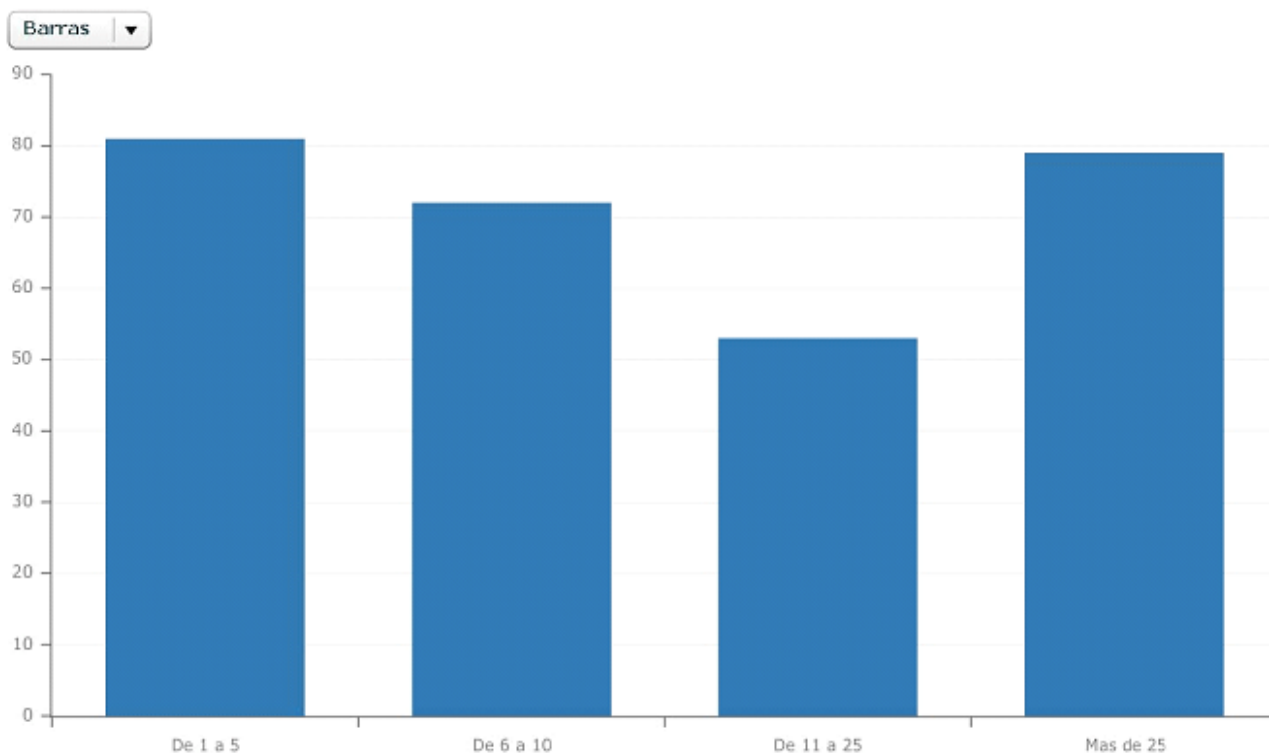
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿De cuántos usuarios es la red LAN?



Análisis técnico

Media	2,456
Intervalo de confianza (95%)	[2,320 - 2,592]
Tamaño de la muestra	285
Desviación típica	1,173
Error estandar	0,069

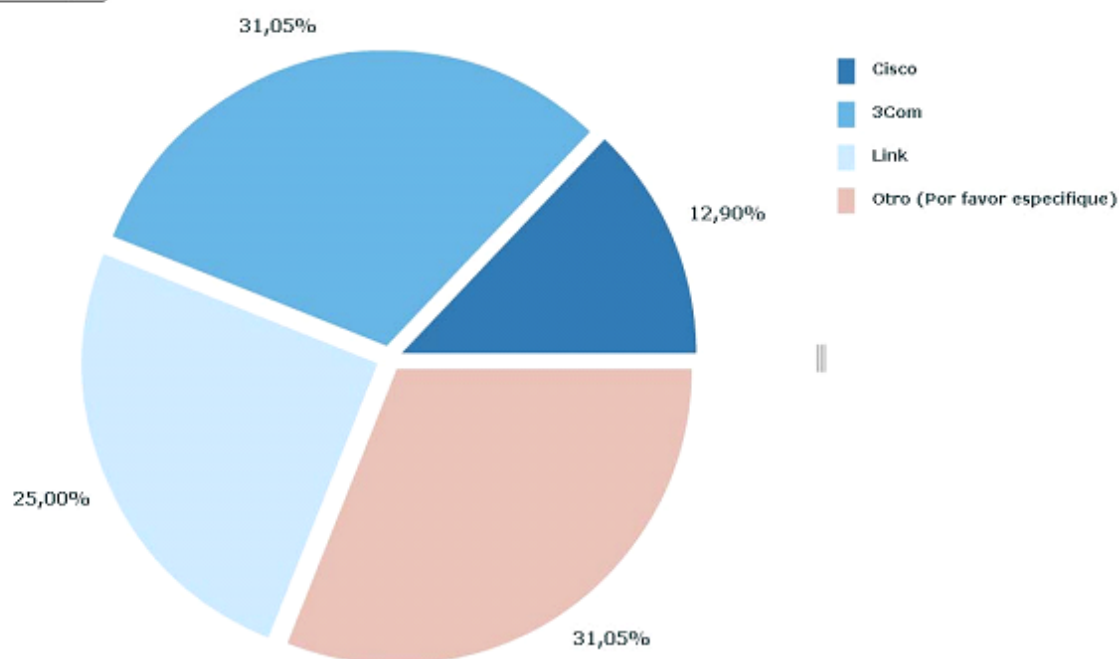
Conclusiones destacadas

El **56,14%** eligieron:
De 1 a 5
Mas de 25
La opción menos elegida representa el **18,60%**:
De 11 a 25

Gráficos de Respuestas

¿Que marca de equipos de red LAN usa?

Tarta



Análisis técnico

Media	2,742
Intervalo de confianza (95%)	[2,613 - 2,871]
Tamaño de la muestra	248
Desviación típica	1,037
Error estandar	0,066

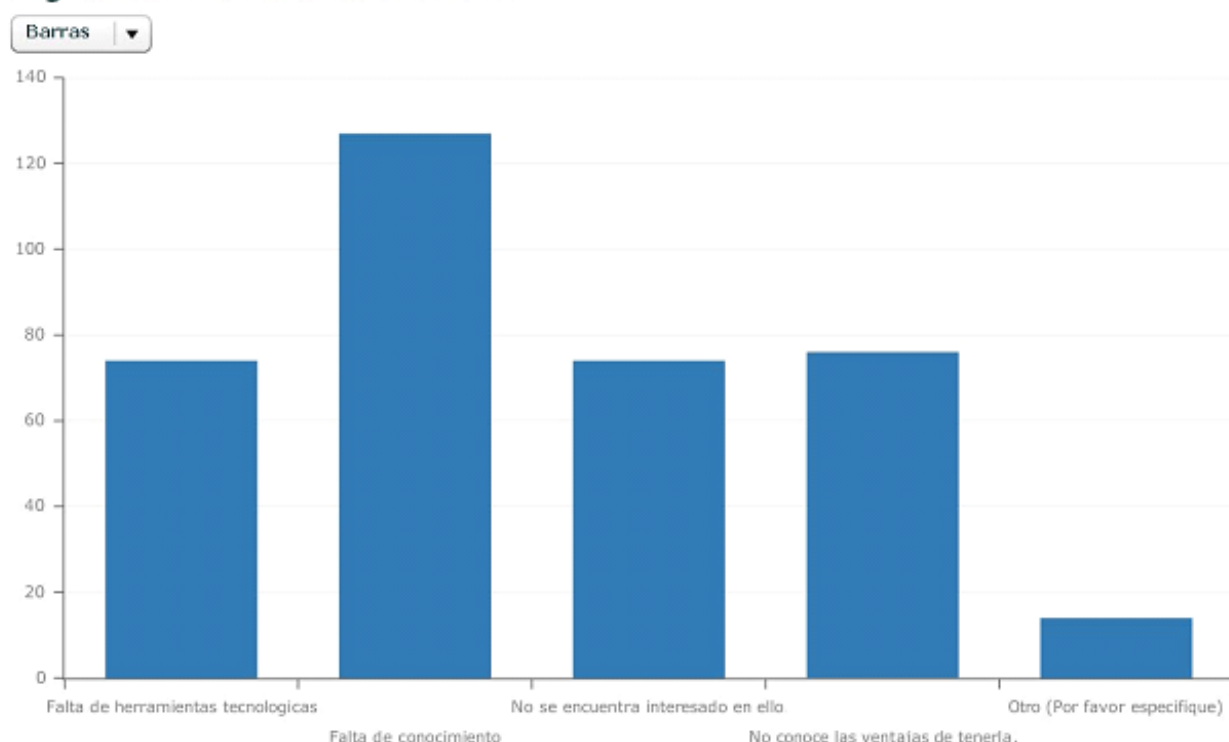
Conclusiones destacadas

El **62,10%** eligieron:
3Com
Otro (Por favor especifique)

La opción menos elegida representa el **12,90%**:
Cisco

Gráficos de Respuestas

Si su respuesta a la pregunta 66 fue NO, seleccione las razones por las cuales su organización NO tiene una red LAN?



Análisis técnico

Media	3,422
Intervalo de confianza (95%)	[3,286 - 3,558]
Tamaño de la muestra	270
Desviación típica	1,142
Error estándar	0,070

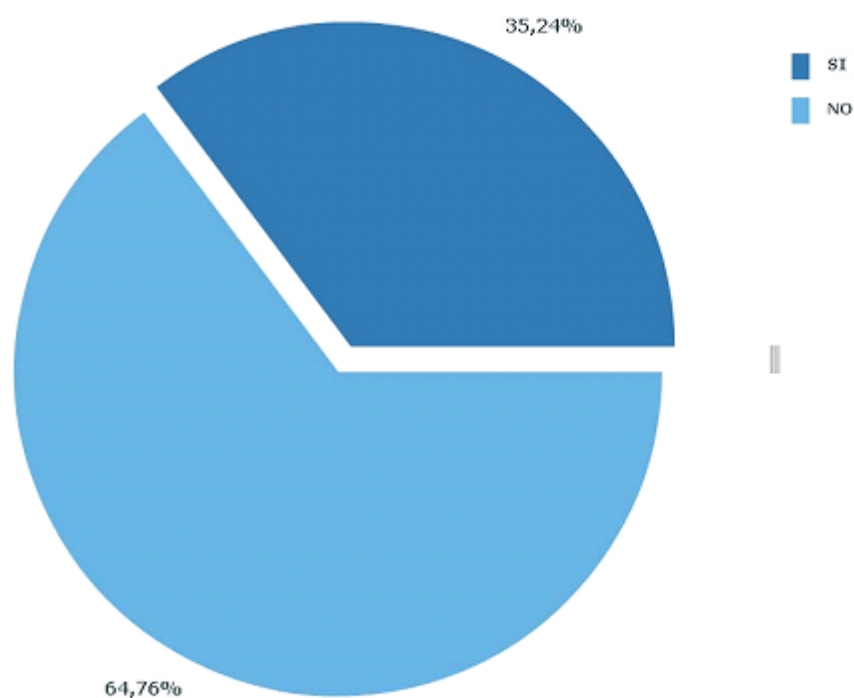
Conclusiones destacadas

El **61,85%** eligieron:
Falta de conocimiento.
No conoce las ventajas de tenerla.
La opción menos elegida representa el **5,19%**:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Su empresa dispone de una red de telecomunicaciones?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,648
Intervalo de confianza (95%)	[1,607 - 1,689]
Tamaño de la muestra	525
Desviación típica	0,478
Error estándar	0,021

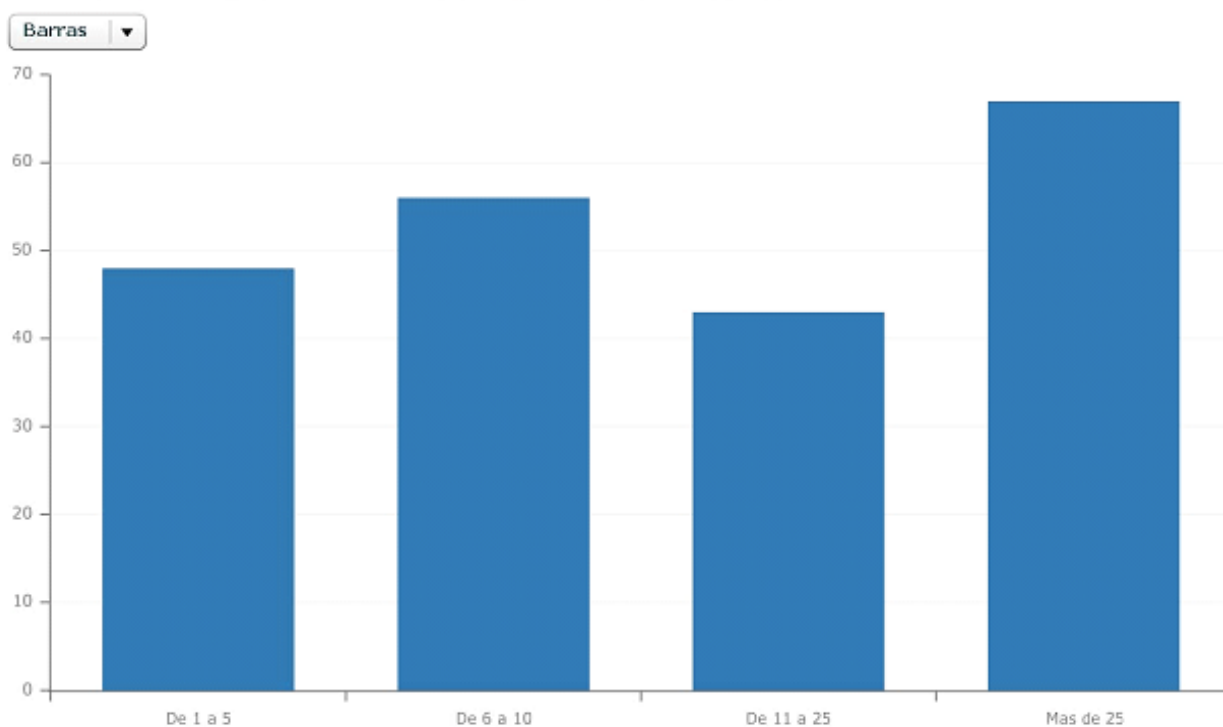
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿De cuántos usuarios es la red de telecomunicaciones?



Análisis técnico

Media	2,603
Intervalo de confianza (95%)	[2,449 - 2,757]
Tamaño de la muestra	214
Desviación típica	1,149
Error estandar	0,079

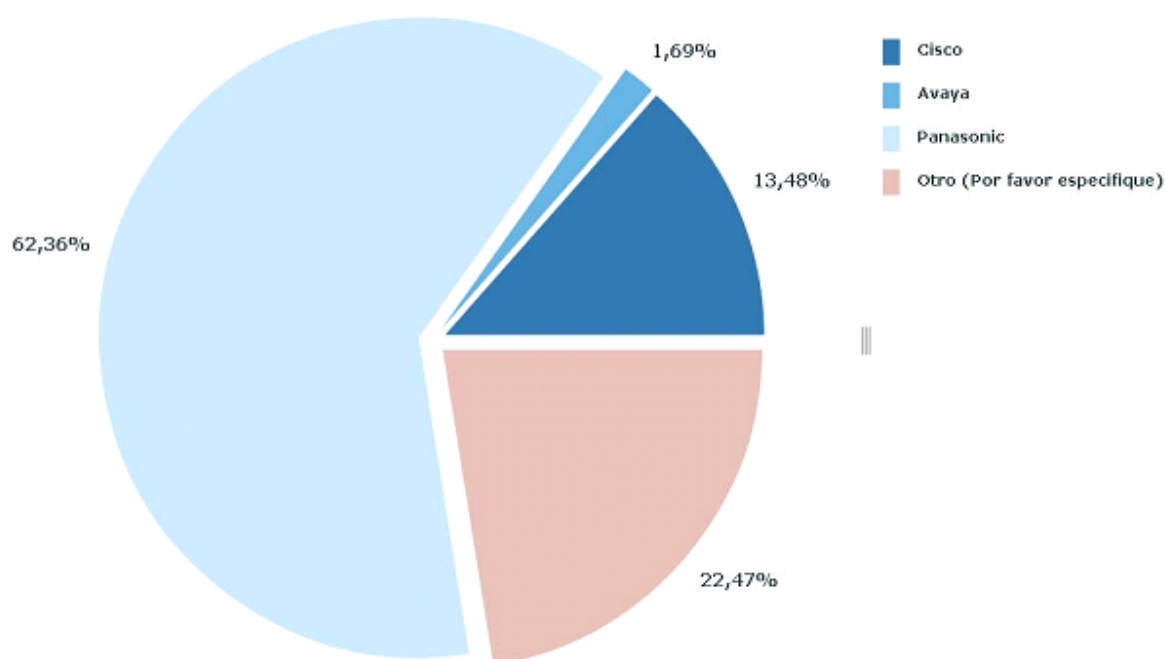
Conclusiones destacadas

El 57,48% eligieron:
Mas de 25
De 6 a 10
La opción menos elegida representa el 20,09%:
De 11 a 25

Gráficos de Respuestas

¿Que marca de equipos de red de telecomunicaciones usa?

Tarta



Análisis técnico

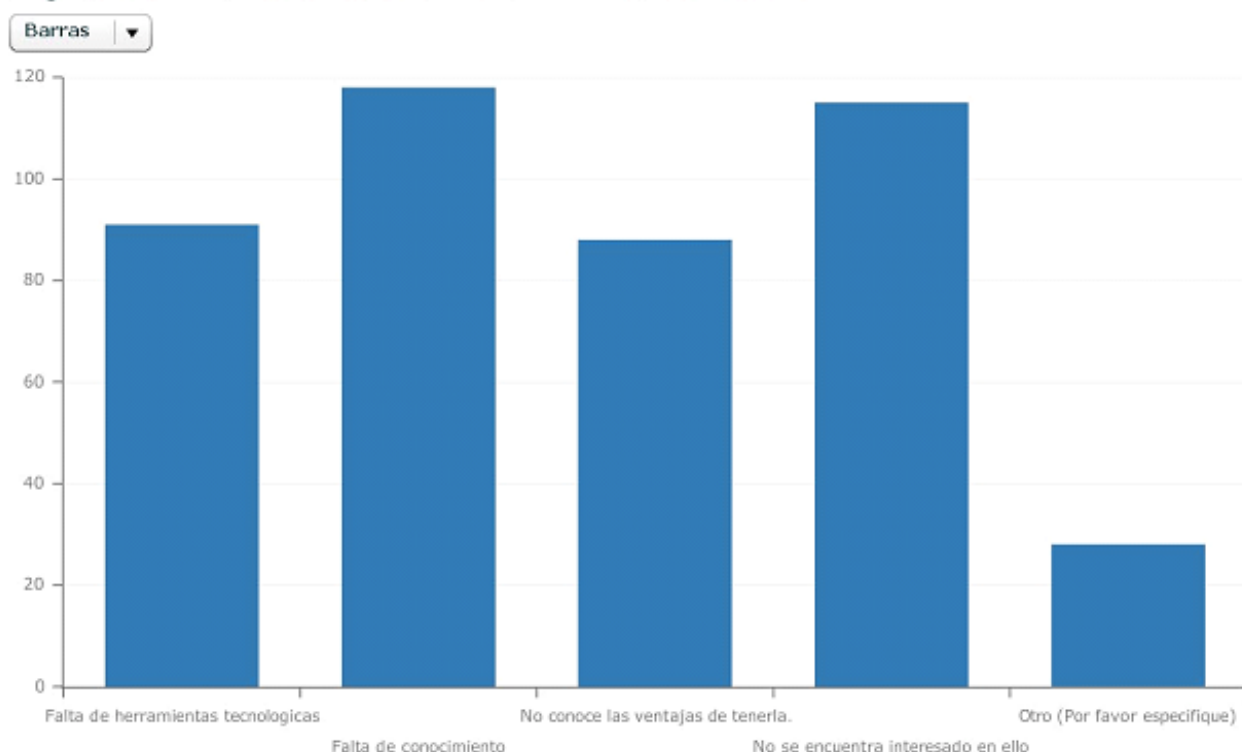
Media	2,938
Intervalo de confianza (95%)	[2,808 - 3,068]
Tamaño de la muestra	178
Desviación típica	0,884
Error estandar	0,066

Conclusiones destacadas

El **84,83%** eligieron:
Panasonic
Otro (Por favor especifique)
La opción menos elegida representa el **1,69%**:
Avaya

Gráficos de Respuestas

Si su respuesta a la pregunta 70 fue NO, seleccione las razones por las cuales su organización NO tiene una red de telecomunicaciones.



Análisis técnico

Media	3,545
Intervalo de confianza (95%)	[3,412 - 3,677]
Tamaño de la muestra	336
Desviación típica	1,236
Error estándar	0,067

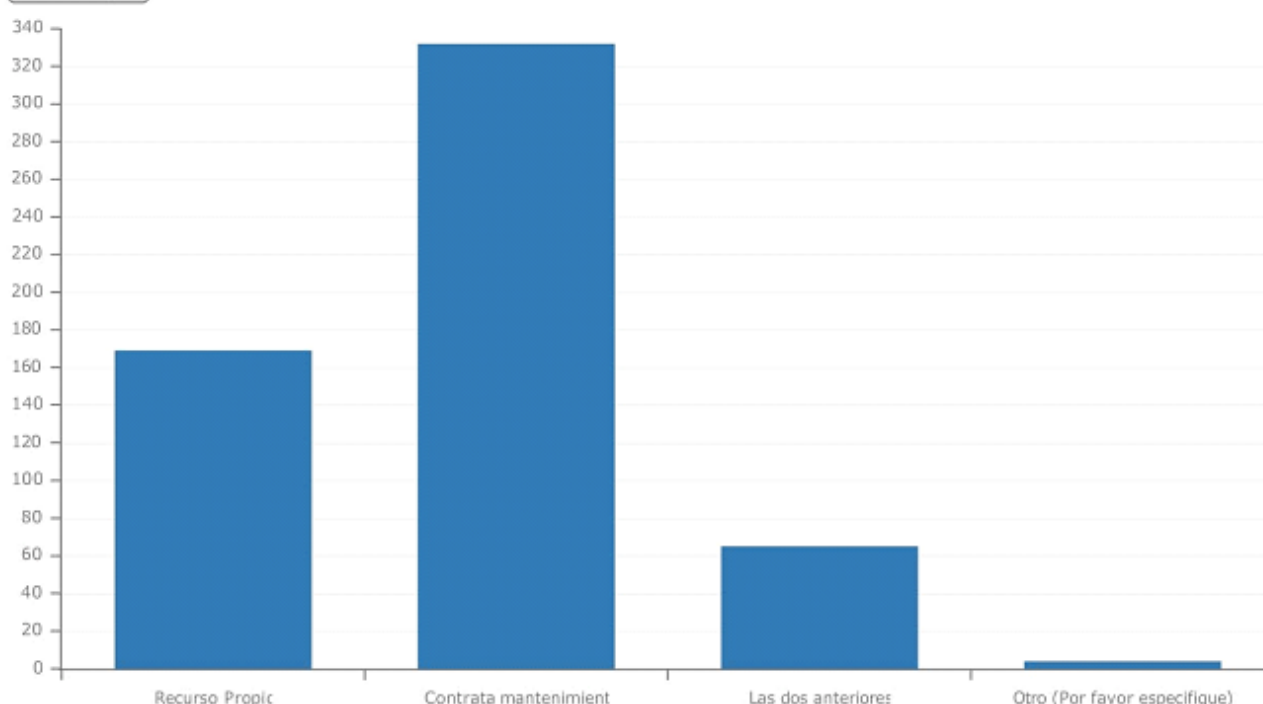
Conclusiones destacadas

El **66,96%** eligieron:
Falta de conocimiento.
No se encuentra interesado en ello.
La opción menos elegida representa el **8,33%**:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Quien le realiza mantenimiento a sus equipos de computo, redes etc.?

Barras ▼



Análisis técnico

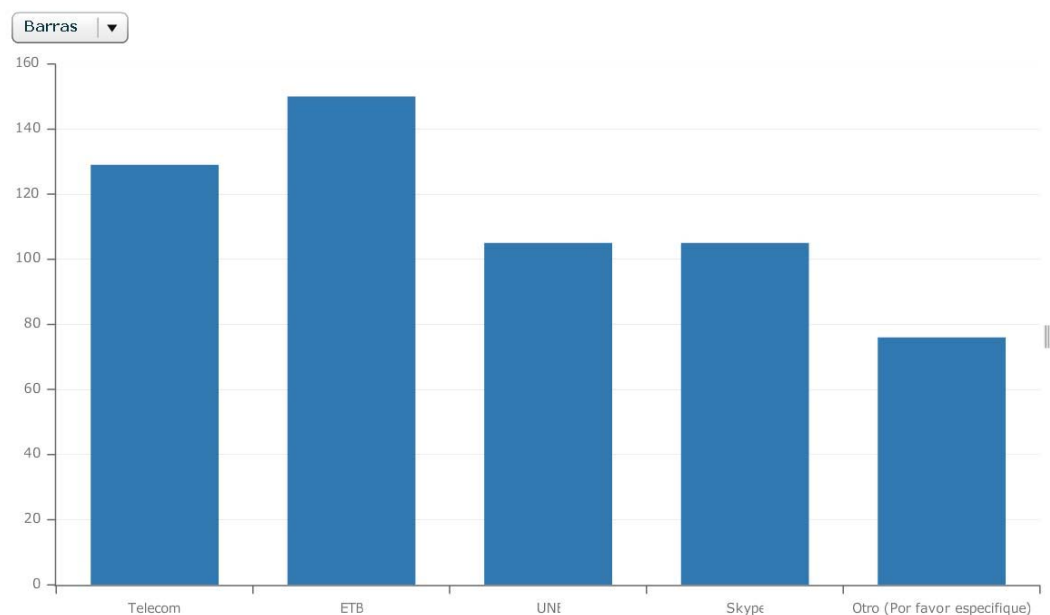
Media	1,941
Intervalo de confianza (95%)	[1,886 - 1,995]
Tamaño de la muestra	538
Desviación típica	0,641
Error estándar	0,028

Conclusiones destacadas

El **88,66%** eligieron:
Contrata mantenimiento
Recurso Propio
La opción menos elegida representa el **1%**:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

Con cual empresa de larga distancia se comunica con sus clientes del exterior?



Análisis técnico

Media	3,379
Intervalo de confianza (95%)	[3,254 - 3,503]
Tamaño de la muestra	457
Desviación típica	1,354
Error estandar	0,063

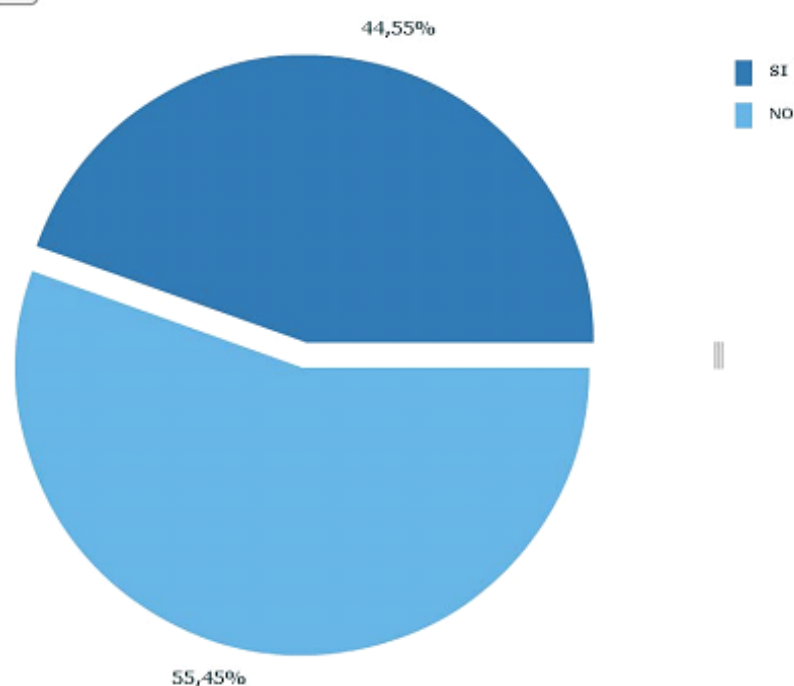
Conclusiones destacadas

El **57,11%** eligieron:
ETB
Telecom
La opción menos elegida representa el **16,63%**:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Dispone su organización de un sistema de conexión a Internet Inalámbrico?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,555
Intervalo de confianza (95%)	[1,513 - 1,596]
Tamaño de la muestra	541
Desviación típica	0,497
Error estandar	0,021

Conclusiones destacadas

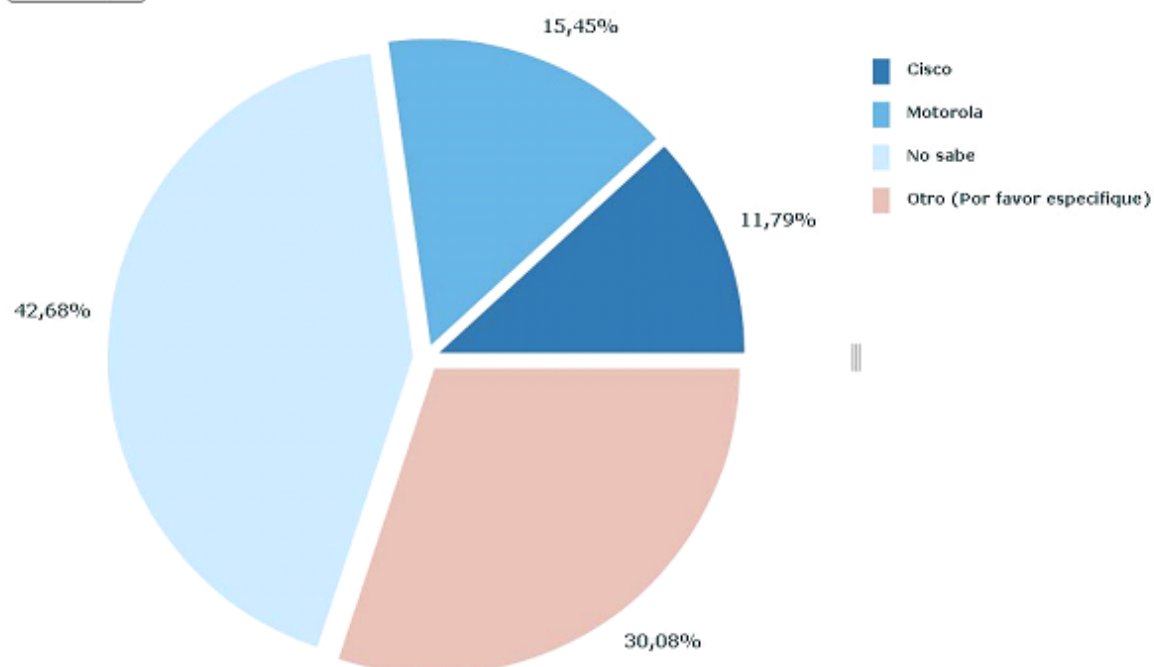
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Qué marca es su Router?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	2,911
Intervalo de confianza (95%)	[2,791 - 3,031]
Tamaño de la muestra	246
Desviación típica	0,961
Error estandar	0,061

Conclusiones destacadas

El 72,76% eligieron:

No sabe

Otro (Por favor especifique)

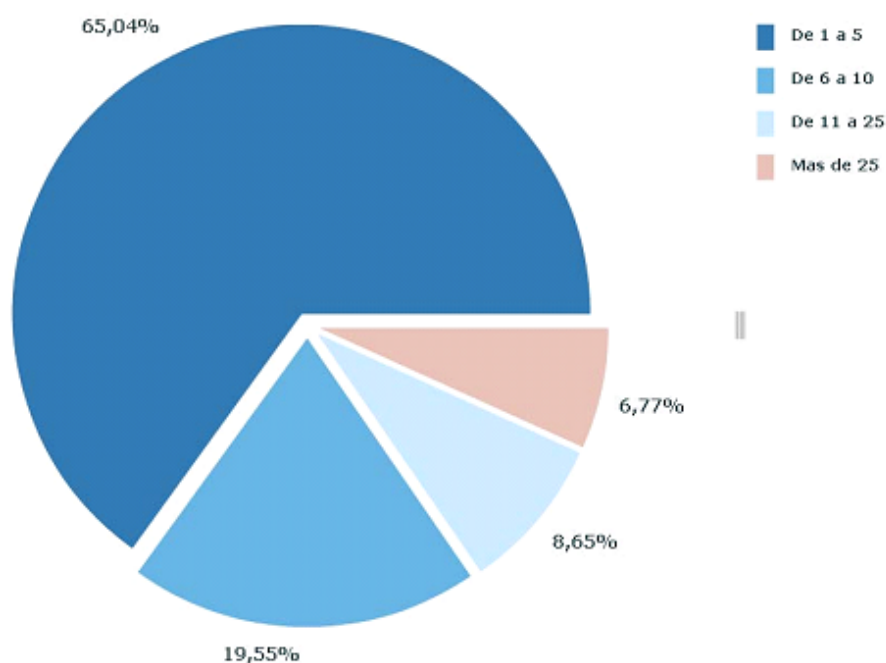
La opción menos elegida representa el 11,79%:

Cisco

Gráficos de Respuestas

¿Cuántos equipos de cómputo tiene conectados a su red Inalámbrica?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,571
Intervalo de confianza (95%)	[1,462 - 1,681]
Tamaño de la muestra	266
Desviación típica	0,909
Error estandar	0,056

Conclusiones destacadas

El 84,59% eligieron:

De 1 a 5

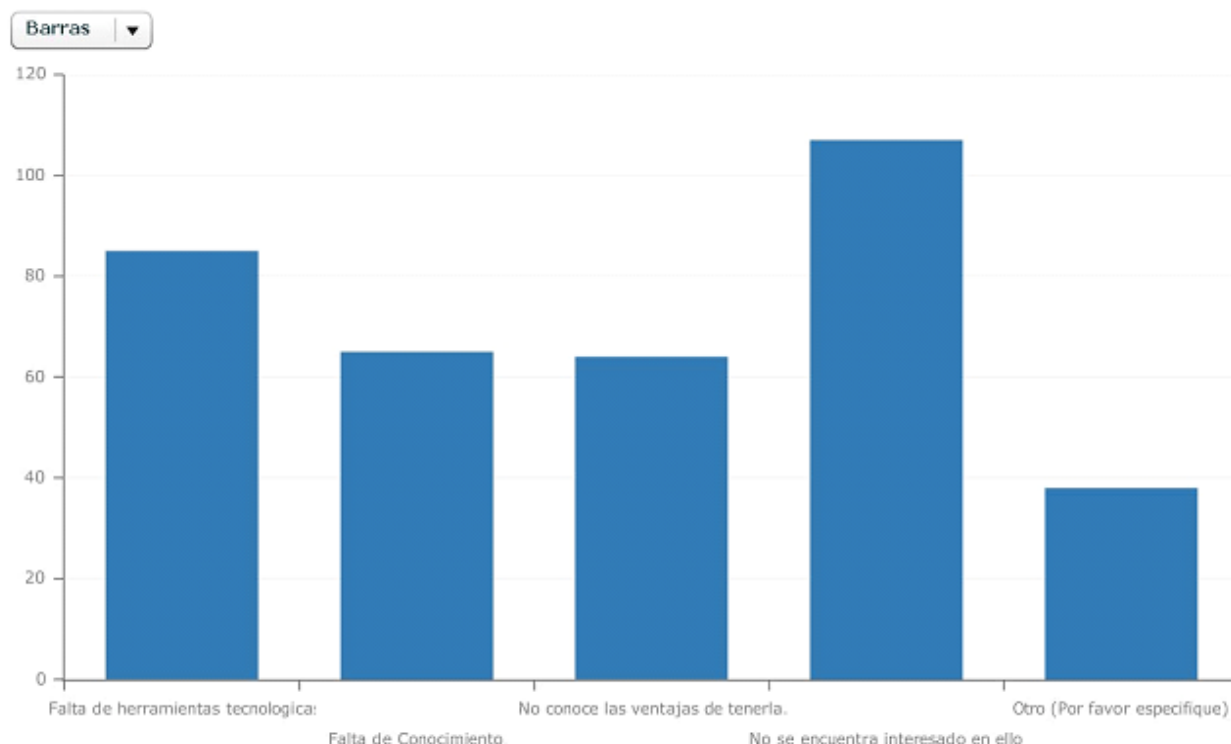
De 6 a 10

La opción menos elegida representa el 6,77%:

Mas de 25

Gráficos de Respuestas

Si su respuesta a la pregunta 76 fue NO, seleccione las razones por las cuales su organización NO tiene un sistema de internet Inalámbrico



Análisis técnico

Media	3,510
Intervalo de confianza (95%)	[3,355 - 3,666]
Tamaño de la muestra	292
Desviación típica	1,354
Error estandar	0,079

Conclusiones destacadas

El 65,07% eligieron:

No se encuentra interesado en ello.

Falta de herramientas tecnologicas

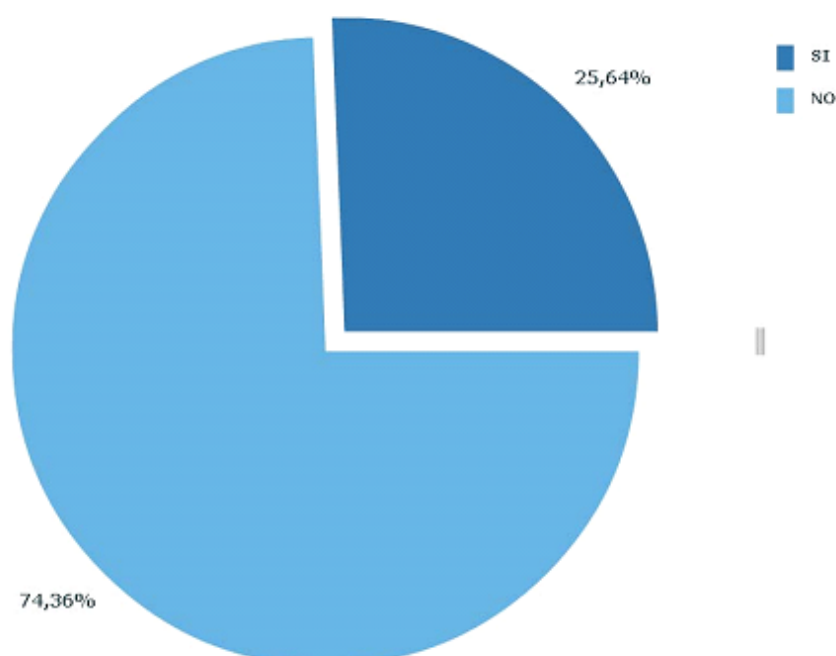
La opción menos elegida representa el 13,01%:

Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Utiliza los teléfonos fijos de su empresa para hacer llamadas a celulares?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,744
Intervalo de confianza (95%)	[1,707 - 1,780]
Tamaño de la muestra	550
Desviación típica	0,437
Error estandar	0,019

Conclusiones destacadas

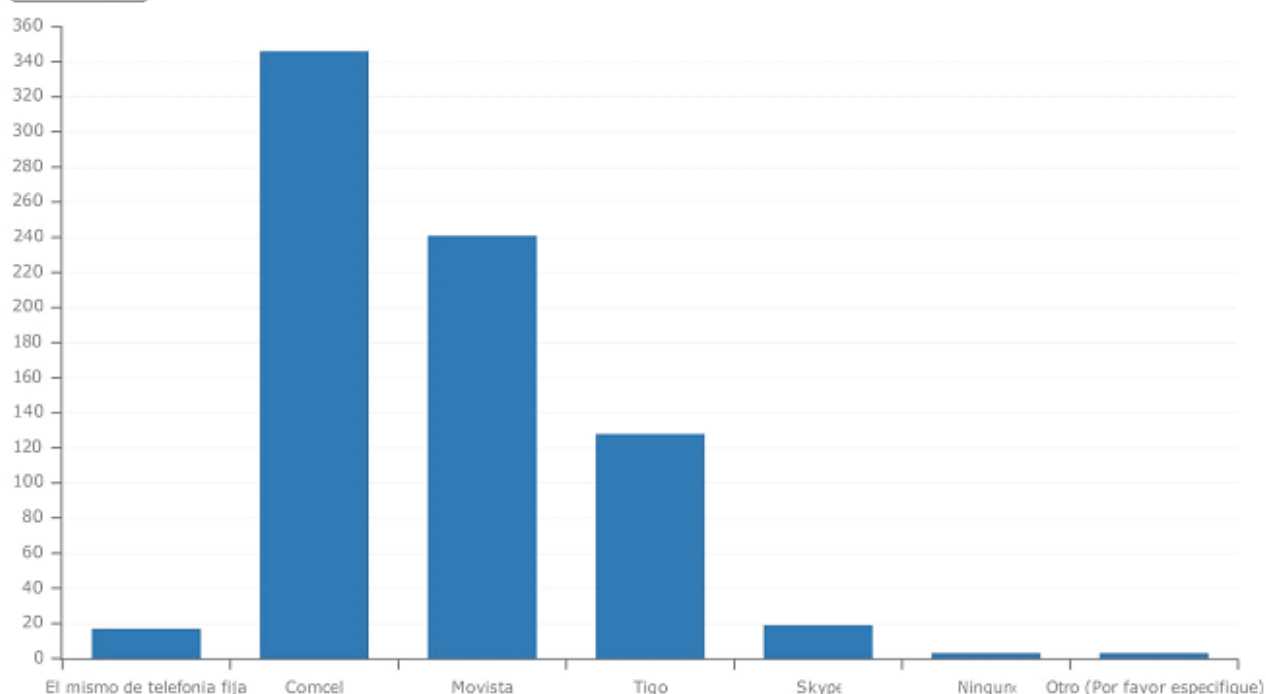
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

Indique cual es su operador para telefonía móvil

Barras



Análisis técnico

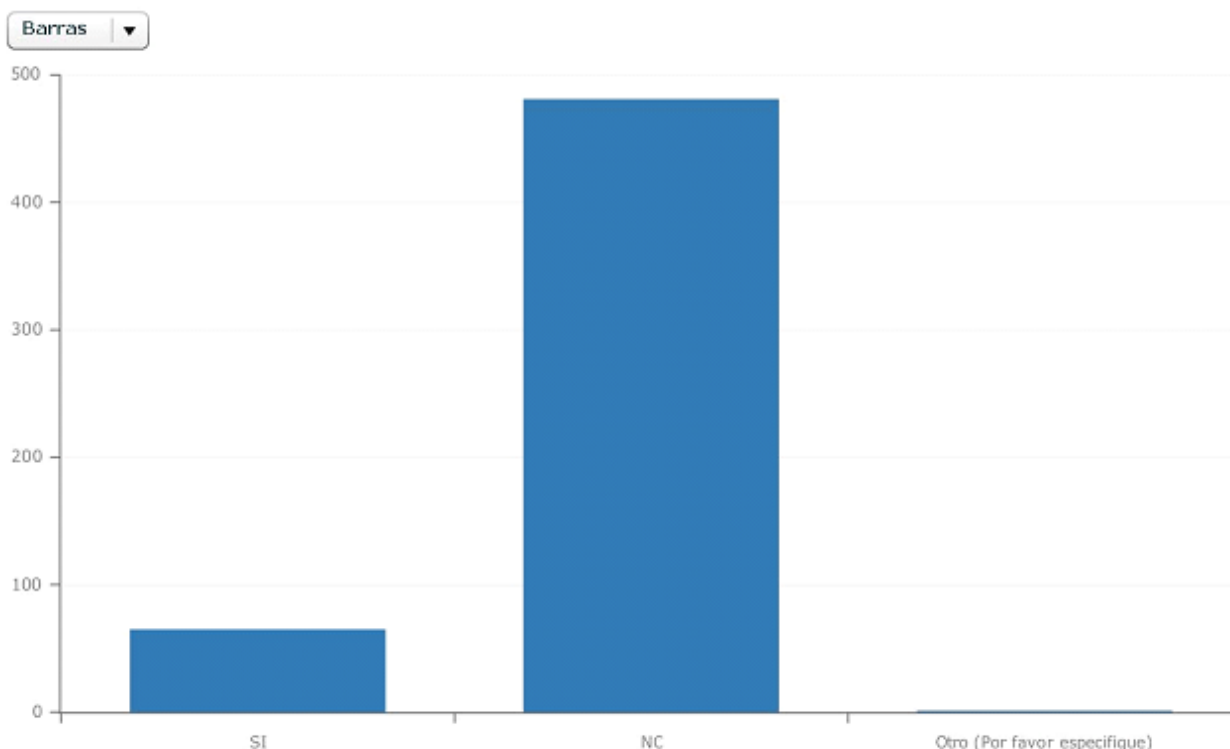
Media	3,764
Intervalo de confianza (95%)	[3,688 - 3,841]
Tamaño de la muestra	552
Desviación típica	0,923
Error estandar	0,039

Conclusiones destacadas

El **89,86%** eligieron:
Comcel
Movistar
La opción menos elegida representa el **1%**:
Ninguno

Gráficos de Respuestas

¿Dispone su organización de un sistema informático en línea para CRM (gestión de relaciones con los clientes)?



Análisis técnico

Media	1,883
Intervalo de confianza (95%)	[1,856 - 1,910]
Tamaño de la muestra	547
Desviación típica	0,327
Error estandar	0,014

Conclusiones destacadas

El **99,82%** eligieron:

NO

SI

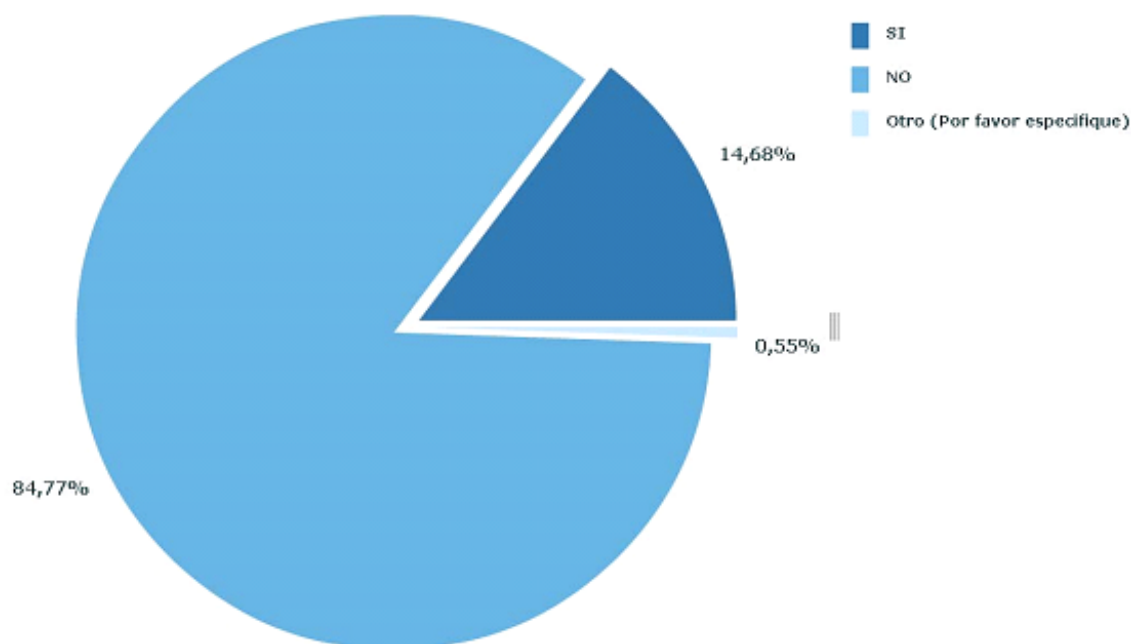
La opción menos elegida representa el **0%**:

Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Tiene actualmente algún canal tecnológico que lo asesore para sus inversiones en equipos de telecomunicaciones?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,859
Intervalo de confianza (95%)	[1,828 - 1,889]
Tamaño de la muestra	545
Desviación típica	0,364
Error estandar	0,016

Conclusiones destacadas

El **99,45%** eligieron:

NO

SI

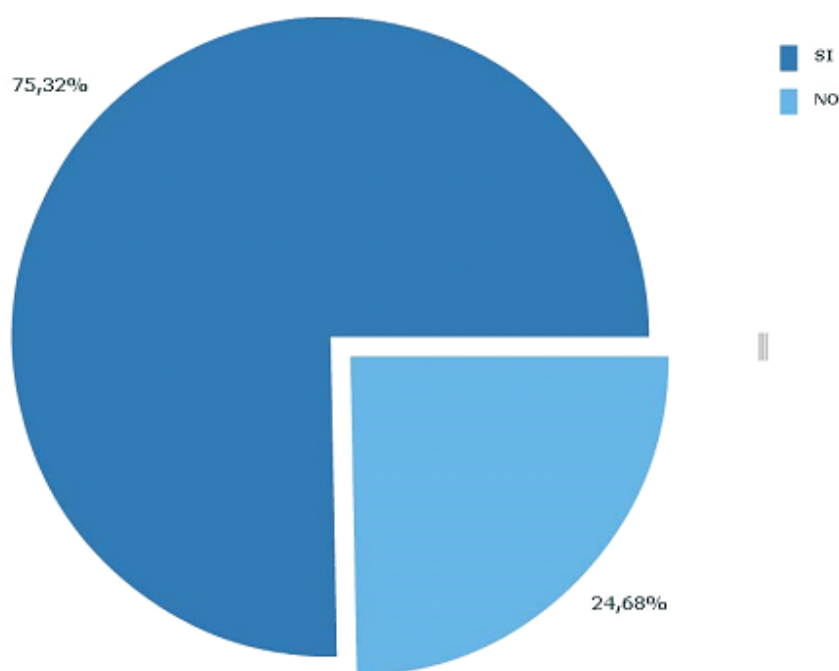
La opción menos elegida representa el **1%**:

Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Dispone su organización de servicios de seguridad en Internet internos (software de protección o chequeo antivirus)?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,247
Intervalo de confianza (95%)	[1,211 - 1,283]
Tamaño de la muestra	547
Desviación típica	0,432
Error estándar	0,018

Conclusiones destacadas

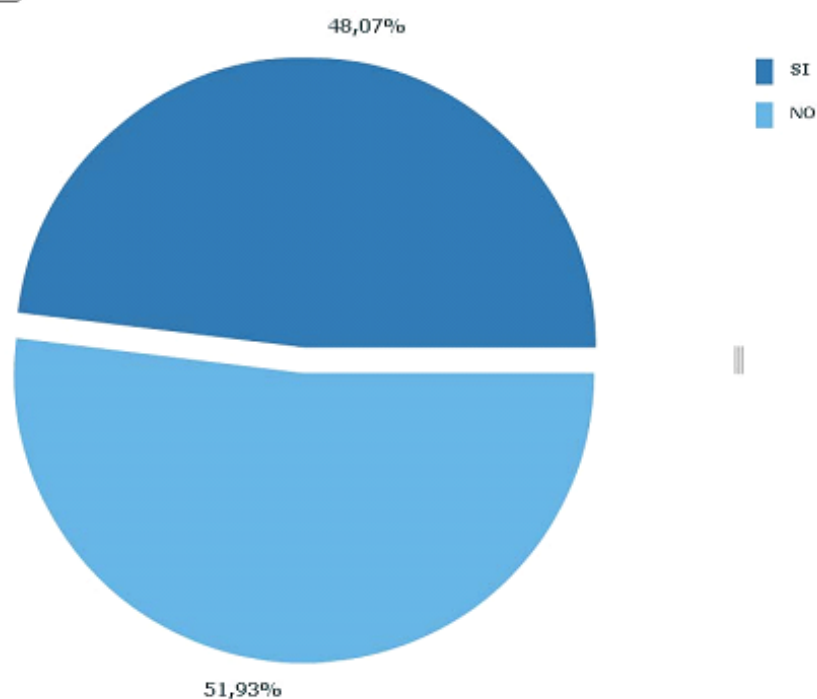
La opción mas elegida fue SI.

La opción menos elegida fue NO.

Gráficos de Respuestas

¿Sus operaciones son apoyadas por una empresa de logística?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,519
Intervalo de confianza (95%)	[1,477 - 1,561]
Tamaño de la muestra	545
Desviación típica	0,500
Error estándar	0,021

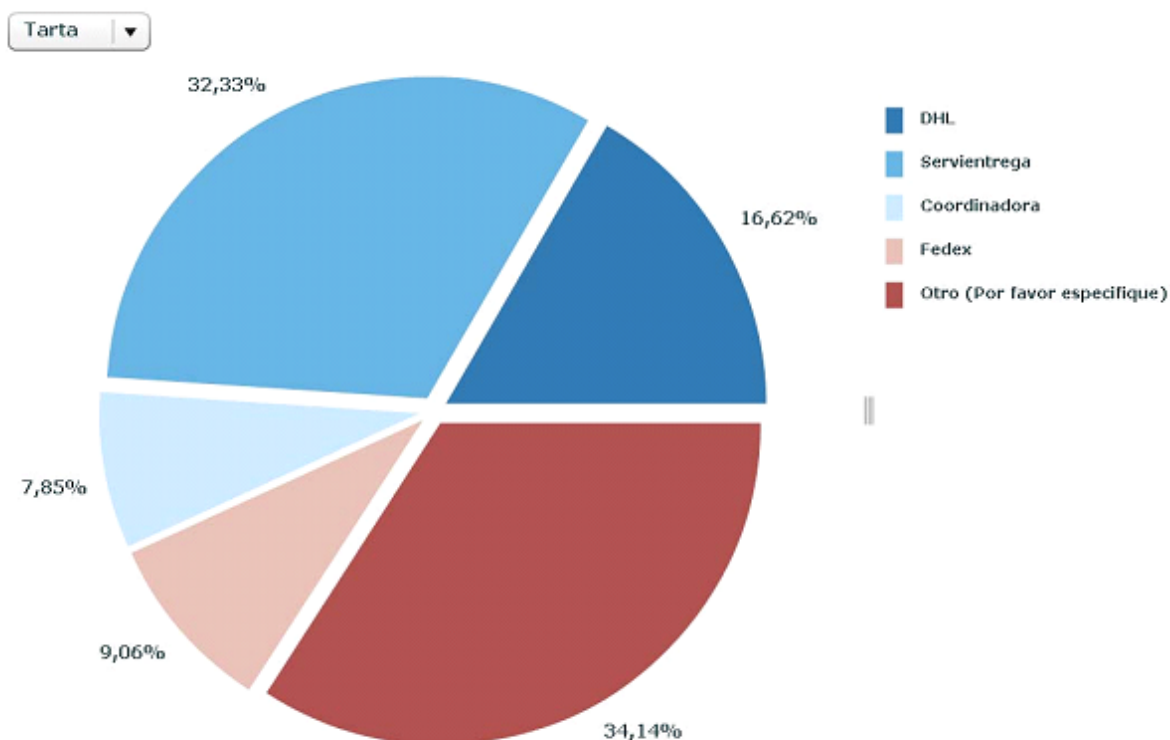
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Con que empresa de logística apoya sus operaciones?



Análisis técnico

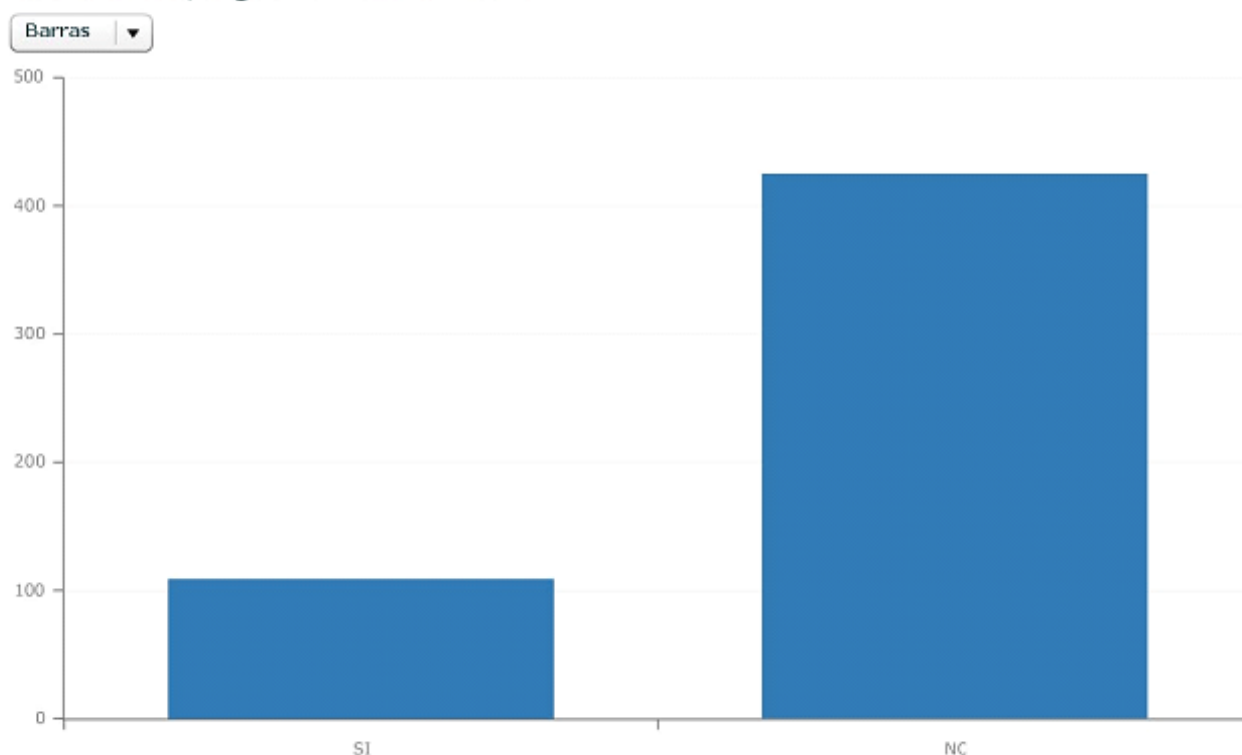
Media	3,118
Intervalo de confianza (95%)	[2,950 - 3,286]
Tamaño de la muestra	331
Desviación típica	1,561
Error estandar	0,086

Conclusiones destacadas

El **66,47%** eligieron:
Otro (Por favor especifique)
Servientrega
La opción menos elegida representa el **7,85%**:
Coordinadora

Gráficos de Respuestas

¿Dispone su organización de un sistema informático en línea para gestión de distribución, logística e inventario?



Análisis técnico

Media	1,796
Intervalo de confianza (95%)	[1,762 - 1,830]
Tamaño de la muestra	534
Desviación típica	0,403
Error estandar	0,017

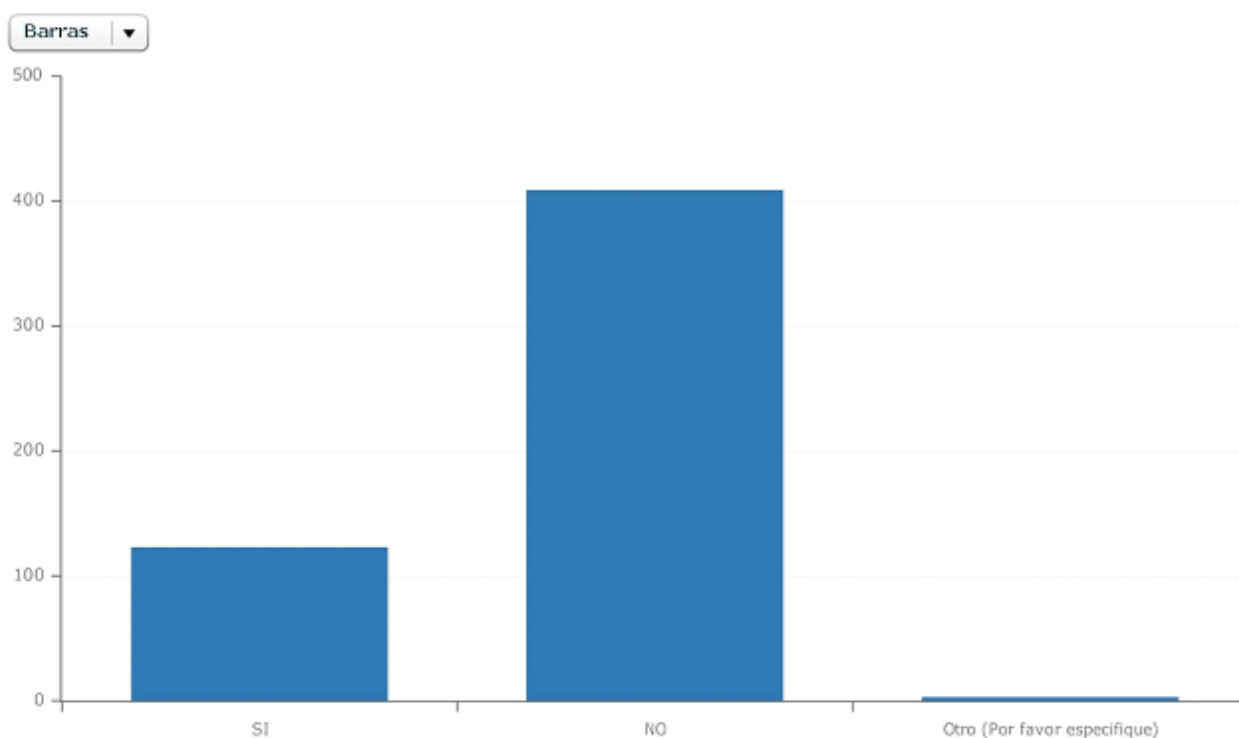
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue **NO**.

La opción menos elegida fue **SI**.

Gráficos de Respuestas

¿Dispone su organización de un sistema informático en línea para gestión de pedidos?



Análisis técnico

Media	1,776
Intervalo de confianza (95%)	[1,739 - 1,812]
Tamaño de la muestra	535
Desviación típica	0,431
Error estandar	0,019

Conclusiones destacadas

El 99,44% eligieron:

NO

SI

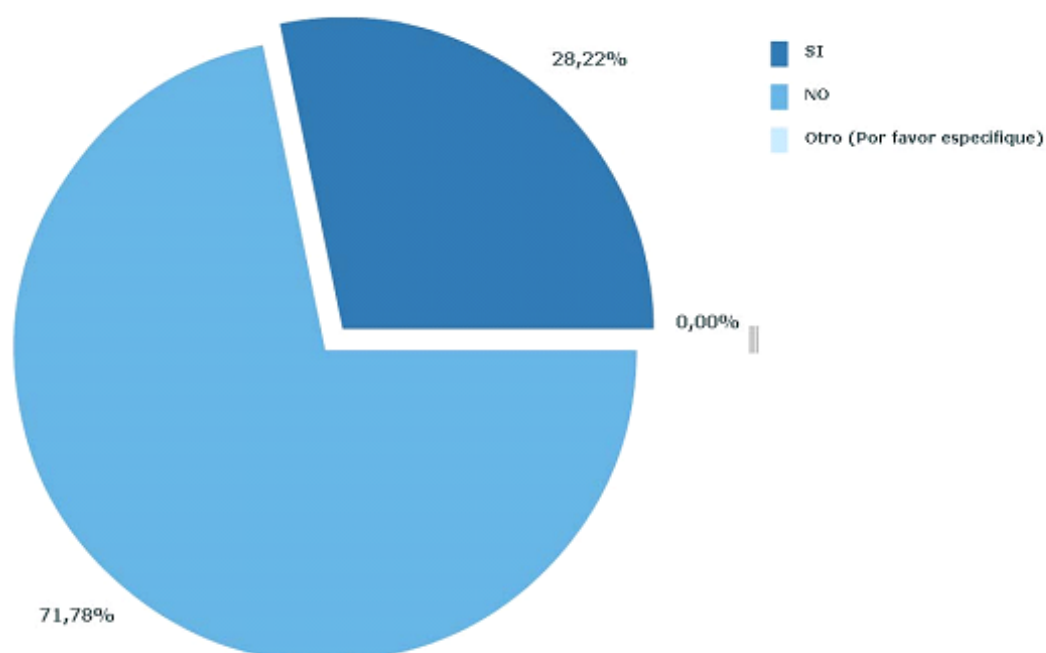
La opción menos elegida representa el 1%:

Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Dispone su organización de un sistema informático en línea para gestión de facturación y pagos?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,718
Intervalo de confianza (95%)	[1,680 - 1,756]
Tamaño de la muestra	535
Desviación típica	0,451
Error estandar	0,019

Conclusiones destacadas

El 100% eligieron:

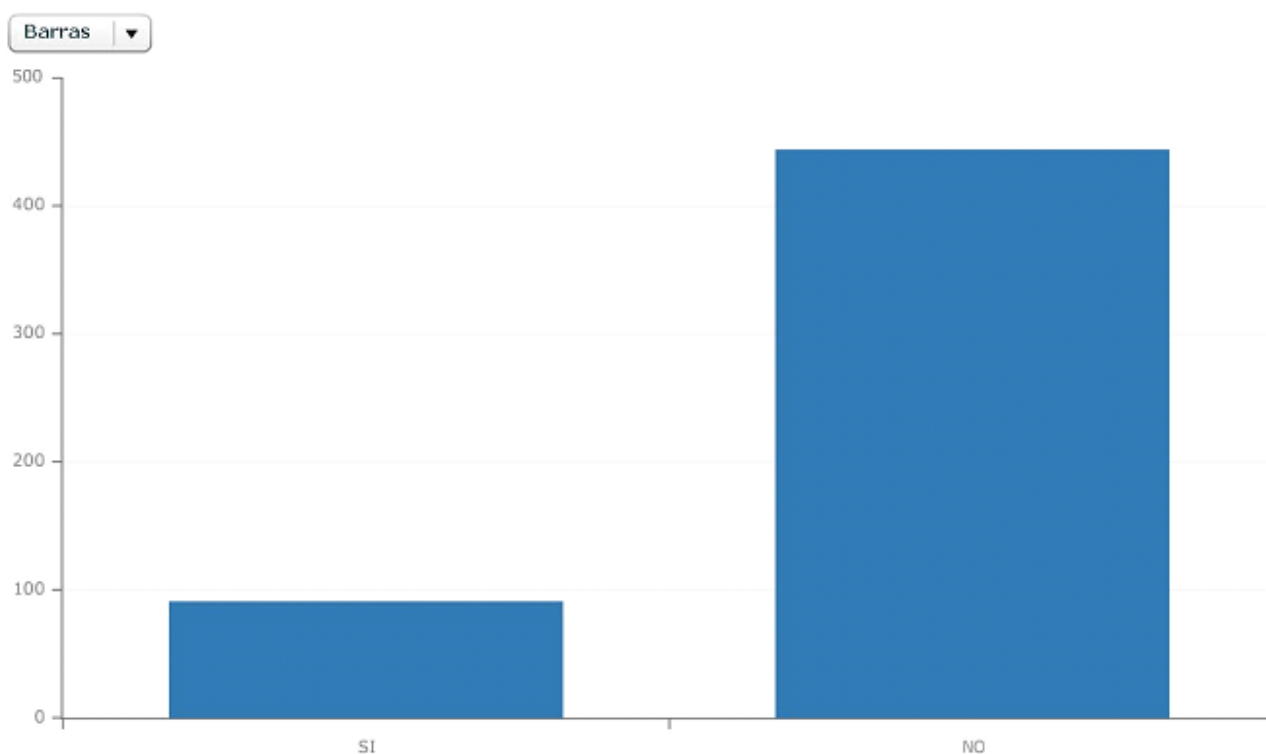
NO

SI

La opción Otro (Por favor especifique) no fue elegida por nadie.

Gráficos de Respuestas

¿Cuenta su organización con Gerencia de Exportaciones?



Análisis técnico

Media	1,830
Intervalo de confianza (95%)	[1,798 - 1,862]
Tamaño de la muestra	535
Desviación típica	0,376
Error estándar	0,016

Conclusiones destacadas

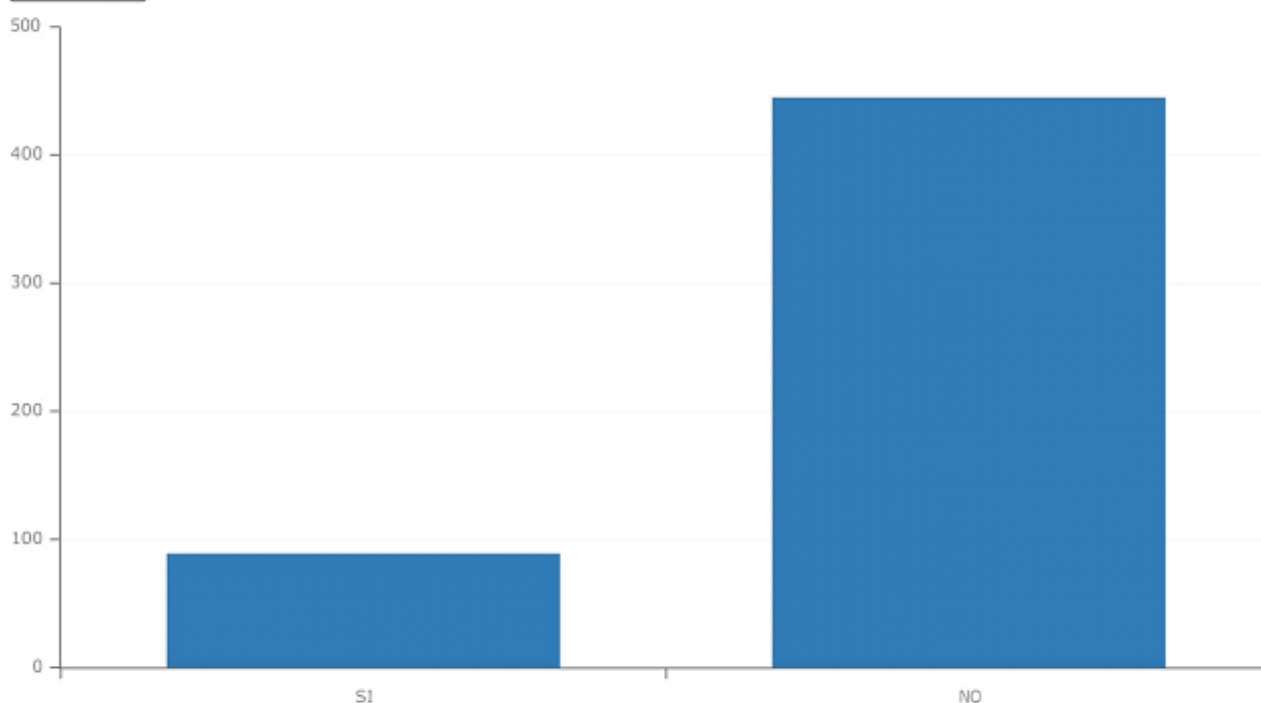
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Cuenta su organización con Gerencia de logística?

Barras ▾



Análisis técnico

Media	1,833
Intervalo de confianza (95%)	[1,802 - 1,865]
Tamaño de la muestra	534
Desviación típica	0,373
Error estandar	0,016

Conclusiones destacadas

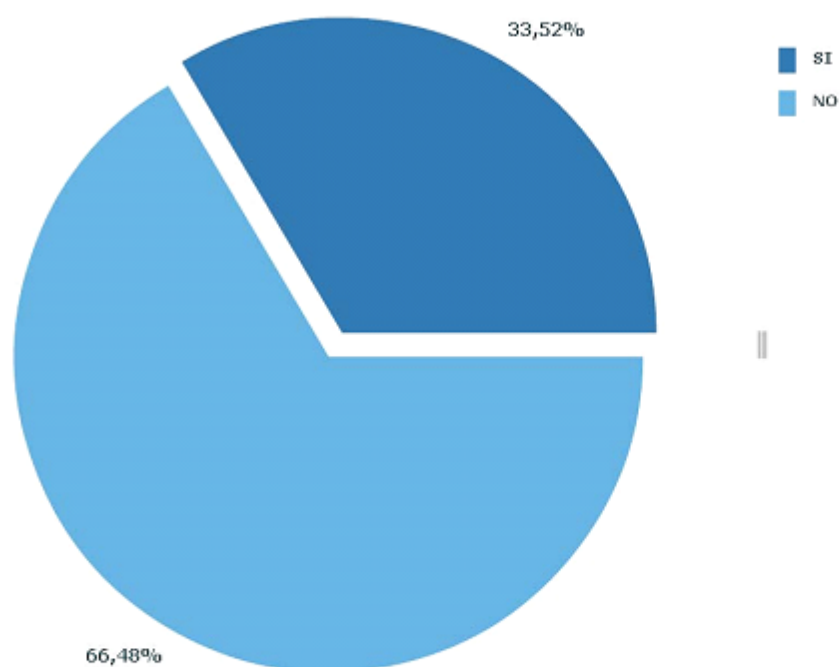
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Recibe sus órdenes de compra en línea?

Tarta



Análisis técnico

Media	1,665
Intervalo de confianza (95%)	[1,625 - 1,705]
Tamaño de la muestra	537
Desviación típica	0,472
Error estándar	0,020

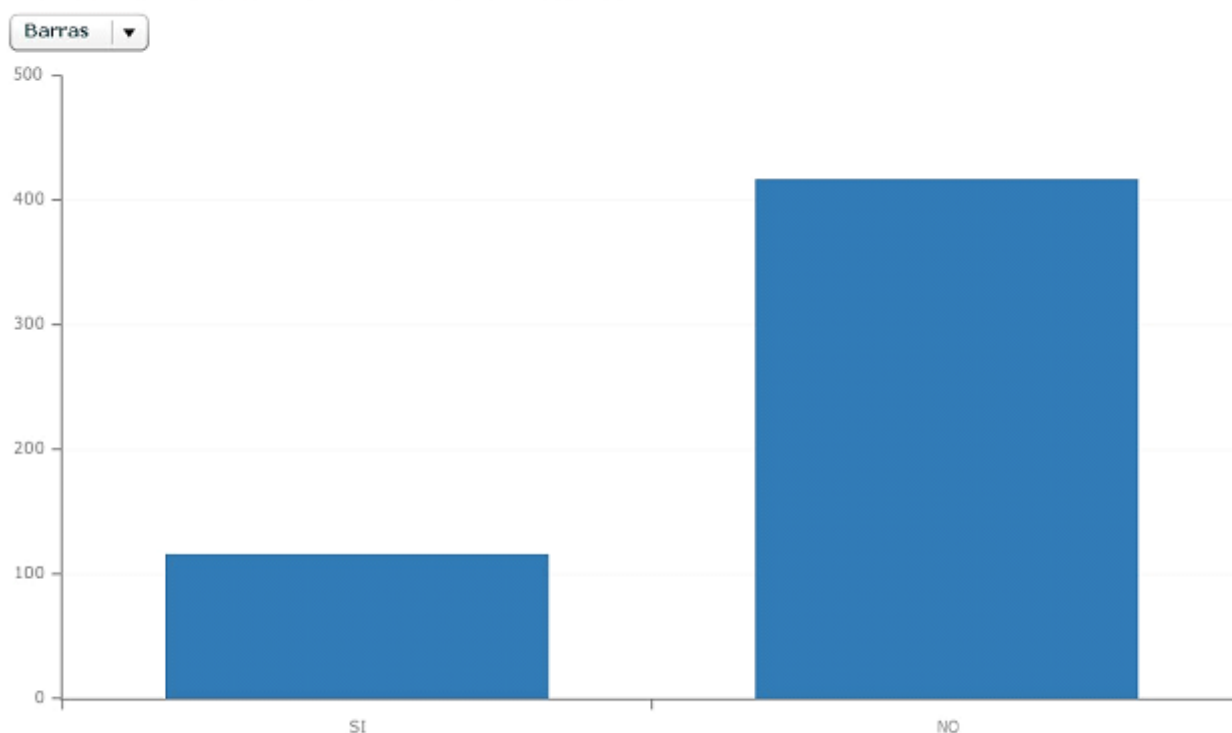
Conclusiones destacadas

La opción más elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Envía sus facturas de manera electrónica?



Análisis técnico

Media	1,782
Intervalo de confianza (95%)	[1,747 - 1,817]
Tamaño de la muestra	533
Desviación típica	0,413
Error estandar	0,018

Conclusiones destacadas

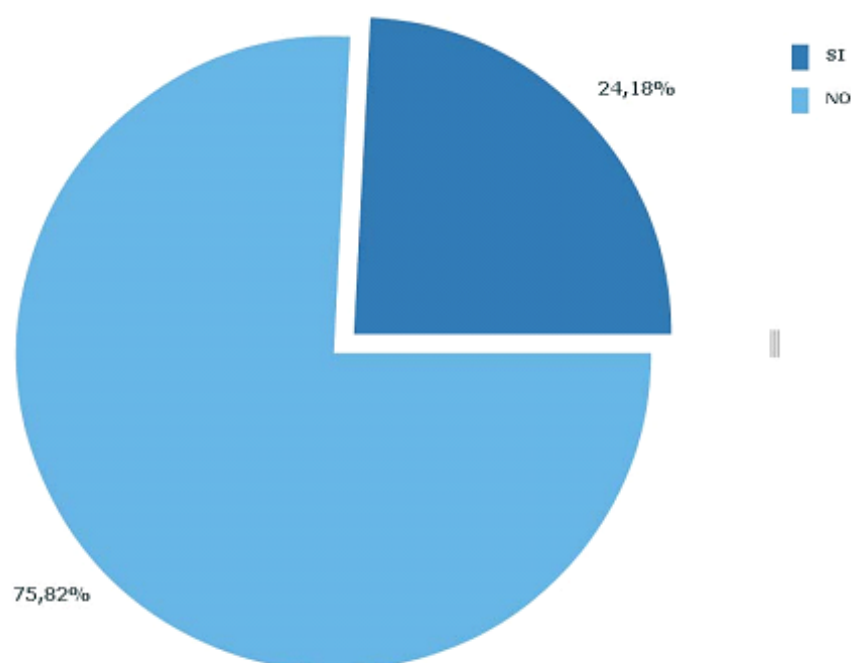
La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

¿Gestiona su organización los documentos de exportación vía Internet?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,758
Intervalo de confianza (95%)	[1,721 - 1,795]
Tamaño de la muestra	517
Desviación típica	0,429
Error estándar	0,019

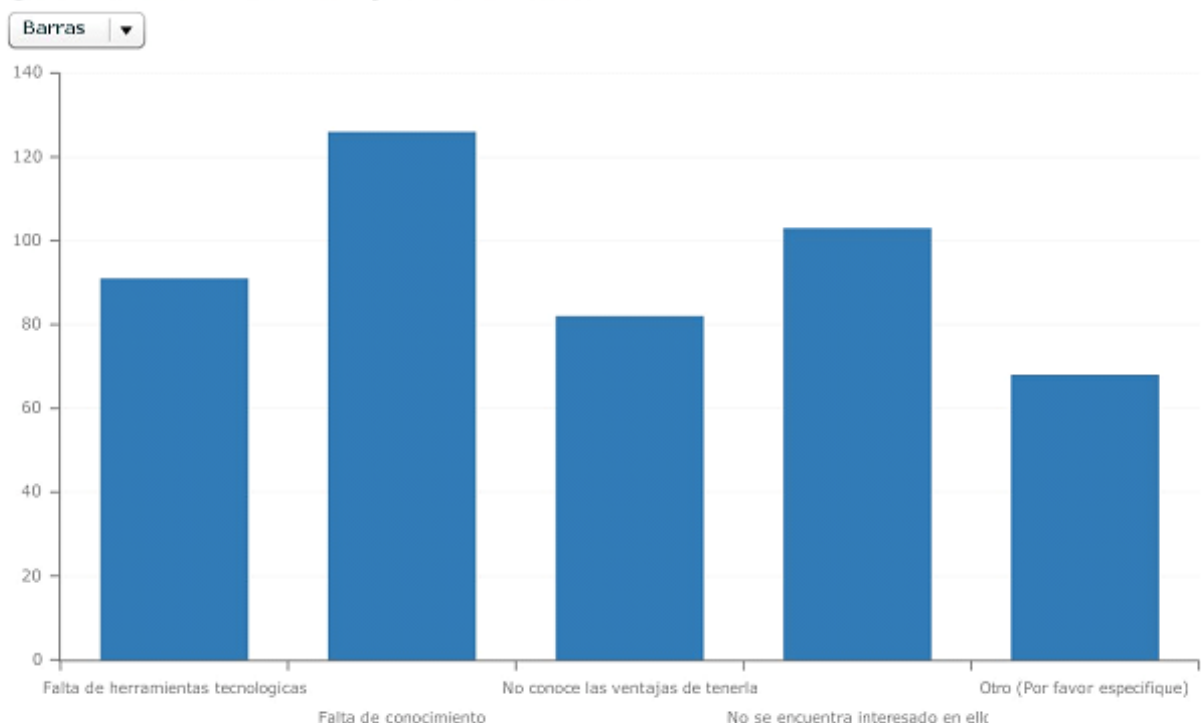
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

Si su respuesta en la pregunta anterior fue NO, escoja las opciones por las cuales no gestiona los documentos por este medio.



Análisis técnico

Media	3,624
Intervalo de confianza (95%)	[3,487 - 3,762]
Tamaño de la muestra	370
Desviación típica	1,350
Error estándar	0,070

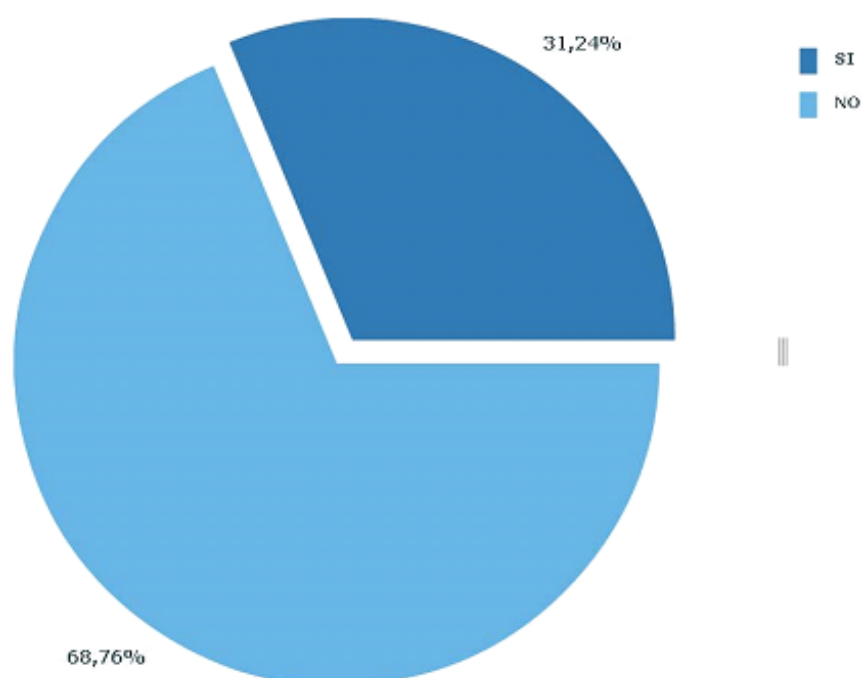
Conclusiones destacadas

El **61,08%** eligieron:
Falta de conocimiento.
No se encuentra interesado en ella
La opción menos elegida representa el **18,38%**:
Otro (Por favor especifique)

Gráficos de Respuestas

¿Realiza su organización seguimiento por Internet de sus embarques?

Tarta ▼



Análisis técnico

Media	1,688
Intervalo de confianza (95%)	[1,647 - 1,728]
Tamaño de la muestra	509
Desviación típica	0,464
Error estándar	0,021

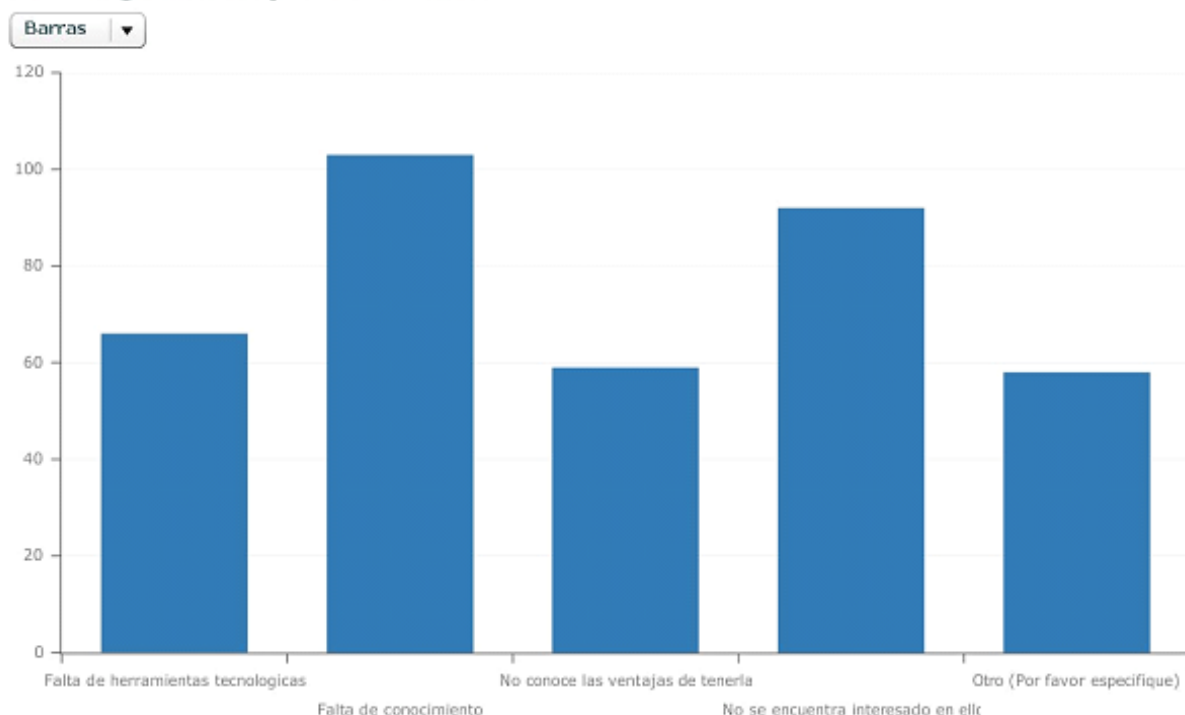
Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue NO.

La opción menos elegida fue SI.

Gráficos de Respuestas

Si su respuesta en la pregunta anterior fue NO, escoja las opciones por las cuales no hace seguimiento por este medio.



Análisis técnico

Media	3,583
Intervalo de confianza (95%)	[3,432 - 3,733]
Tamaño de la muestra	309
Desviación típica	1,352
Error estándar	0,077

Conclusiones destacadas

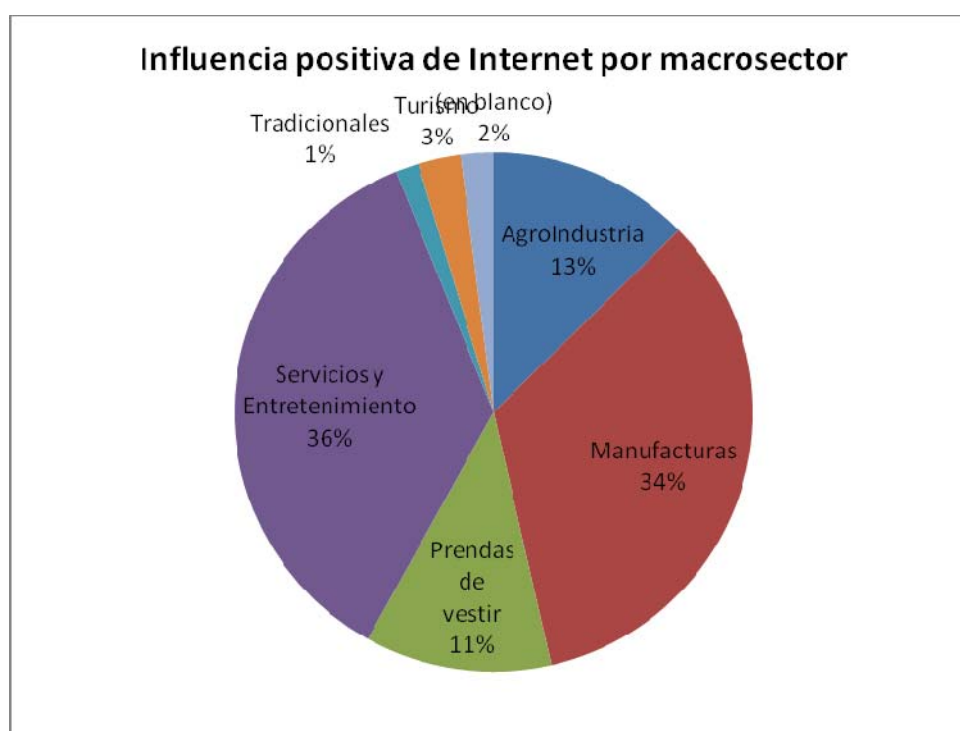
El 62,78% eligieron:
Falta de conocimiento.
No se encuentra interesado en ello
La opción menos elegida representa el 18,77%:
Otro (Por favor especifique)

Resultados del estudio – Respuesta a objetivos específicos

1. Los principales motivadores e inhibidores del uso del Internet.

Se observa entre los principales motivadores para hacer uso de Internet los siguientes:

- La estabilidad y la velocidad de conexión.
- La facilidad de comunicación con clientes y proveedores (85%).
- La influencia positiva en la productividad de las empresas (55%).
- La reducción de costos (41%).
- La captación de nuevos clientes (32%).
- El 41 % considera que Internet simplifica el trabajo de manera positiva. El 7% no lo considera.
- El 53% opina que el uso de Internet agiliza los procesos de exportación. El 9% no lo considera así.
- Más del 50% de las empresas manifiestan que internet ha sustituido los medios convencionales de comunicación, al interior y exterior de la organización, en un 55%.
- El principal uso de Internet como herramienta exportadora se manifiesta en la actividad de comunicación (82%).

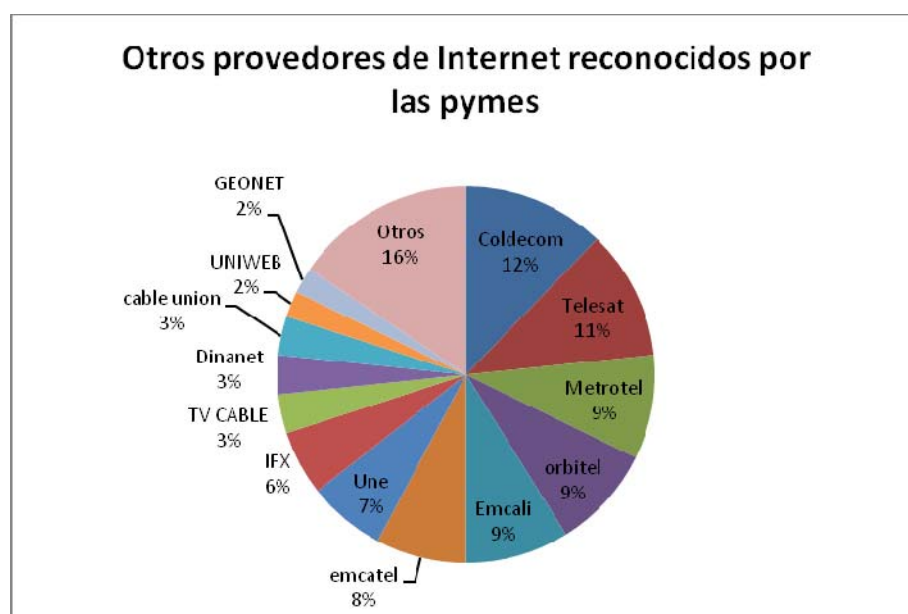


El principal inhibidor que se ve reflejado en el estudio para el uso del internet es:

- La falta de conocimiento en el uso de la herramienta y sus aplicaciones.

2. Los proveedores actuales del servicio.

- El 80% utiliza los siguientes cuatro principales proveedores: Telmex (consolidada), Etb, Une y Telecom. El 15% utiliza otros proveedores, los cuales se pueden observar en la siguiente gráfica.



3. Los criterios a tener en cuenta en la escogencia de un proveedor de servicios de Internet.

De los ocho criterios que una pyme tiene en cuenta a la hora de escoger su proveedor de conexión a Internet, en su orden de importancia son:

- Estabilidad de conexión.
- Velocidad de conexión.
- Valores agregados.
- Precio.
- Atención al cliente.
- Promociones.
- Formas de pago.
- Marca y respaldo.

Se resalta que al tener una estabilidad de conexión y una velocidad de acceso buena, repartida proporcionalmente entre el número de empleados que hacen uso de esta, se facilita la realización de labores de exploración de las diferentes actividades como: investigación, comunicaciones, marketing, captura de nuevos clientes y fidelización de los actuales, compras ventas, reducción de costos, entre otras.

4. Uso y reglamentos internos para acceso de servicios, tales como sitios Web, servicios de Chat, barreras de descarga de archivos y programas. Limitaciones de uso.

El orden de preferencia de las siete actividades principales consultadas a las pymes sobre el uso del internet en la empresa, es el siguiente:

- Consulta de correos.
- Comunicaciones con clientes.
- Acceso a páginas web.
- Comunicación con proveedores.
- Intercambio de archivos.
- Descarga de documentos.
- Chat.

En un alto porcentaje, la consulta de correo es realizada por los empleados para fines laborales, se pudo determinar que el 39% de las empresas no tiene página web y del 61% que si la tienen, no emplean su dominio como correo identificado de la empresa. El uso indiscriminado del correo electrónico puede ocasionar dispersión en el trabajador así como incursión de virus informáticos que afectan los equipos de la empresa y fugas de información clasificada. Se recomienda establecer reglamentos con normas claras que permitan optimizar el uso y la seguridad de los equipos y la información de la compañía.

5. Aplicación a sistemas de reunión, net meeting, MSN, Skype, servicio al cliente, Chat vivos. Percepción de ahorros.

El 81% de las empresas encuestadas no realizan video conferencias, sin embargo un 41% menciona que internet ha influido en la disminución de los costos de comunicaciones de la empresa y un 59% dice tener banda ancha igual o superior a 512 KB, que es una velocidad aceptable para realizar videoconferencias.

Las razones por las cuales las empresas pymes argumentan no realizarlo son principalmente la falta de herramientas tecnológicas en un 37%, falta de conocimiento en un 33% y desconocer las ventajas de tenerla en un 23%.

Consientes de la importancia de la comunicación y presencia de las empresas en la exploración de nuevos mercados, se hace necesario transmitir y generar conocimiento a las pymes de las bondades que tiene la voz IP, así como los equipos necesarios para realizar conferencias de audio y video conferencias, ello permitirá una reducción considerable en viajes y acercamientos de negocios que se pueden concretar en tiempos más cortos.

6. Influencia del Internet en la organización: productividad, sustituto de medios convencionales de comunicación.

El 35% de las empresas manifiestan que han sustituido entre un 50% y un 75% los medios convencionales de comunicación (teléfono fijo y fax) por comunicaciones electrónicas. El 20% admite una sustitución entre el 75% y el 100%, lo que demuestra un incremento de uso de una

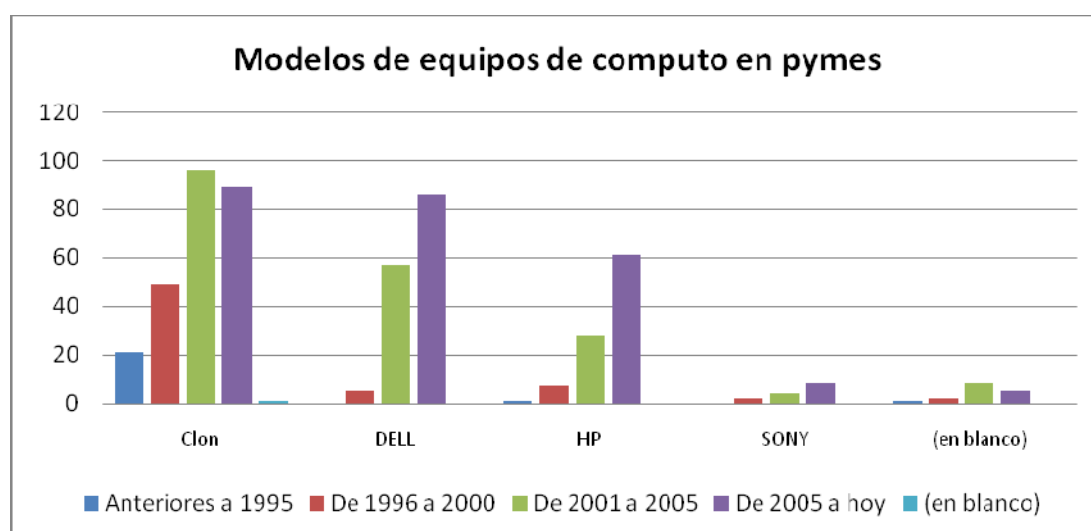
herramienta que permite una comunicación multimedial y al acceder a nuevos mercados, las pymes necesitan poder realizar comunicaciones de manera más clara. Este resultado contrasta con la baja utilización de herramientas como la video conferencia.

7. Áreas de uso en la organización.

Se resalta el poco porcentaje de pymes que usan Internet al interior de su organización para apoyo a las comunicaciones internas. Cerca del 31% de las pymes usan en un 20% la Internet para ello, un 73% de ellas no la saben usar para capacitación, un 5% hacen diplomados usando e-learning, un 11% realiza capacitación relativa a sistemas de gestión de calidad y un 9% a cambios legislativos. Esto muestra que se está desperdiciando la posibilidad de hacer del internet una herramienta para dejar constancia de las comunicaciones internas y la posibilidad de acceder a conocimiento, disminuyendo costos de dinero y tiempo para los programas de formación empresarial.

8. Necesidades a corto plazo para la organización con Internet.

Se establece de manera determinante que las empresas ven en la estabilidad y velocidad de la conexión un factor primario para crecer con la tecnología, como también se demuestra que los equipos de cómputo existentes en las empresas pymes son en un 47% de años posteriores al 2005 (ver gráfica), y que el principal inhibidor por el cual las empresas no realizan un óptimo resultado de los recursos tecnológicos es la falta de conocimiento. Uno de los valores agregados que deben tener en cuenta las empresas proveedoras de servicios y productos tecnológicos es la transferencia de conocimiento.

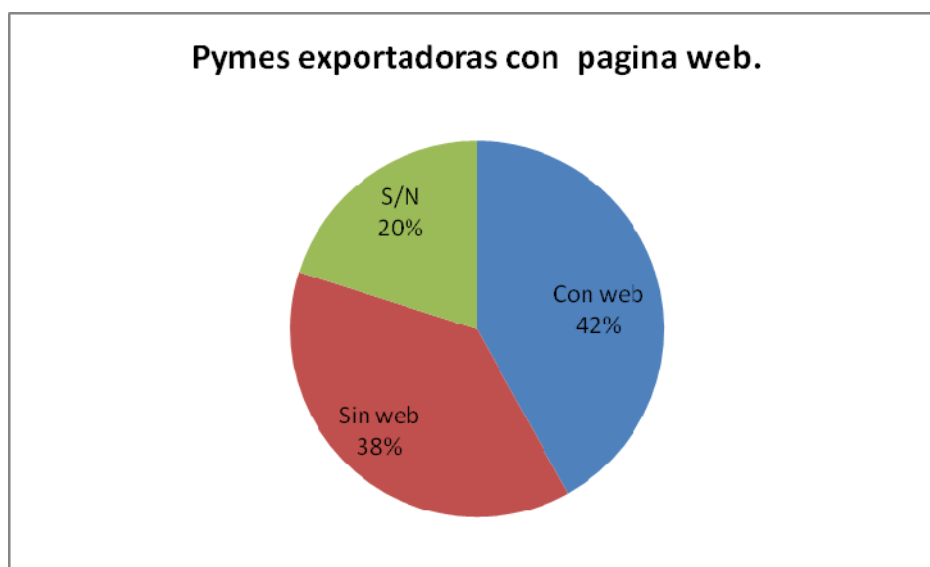


9. Uso en la búsqueda de oportunidades para comercializar productos.

Para poder determinarlo se tuvo en cuenta que en el 2007 el 41% de las empresas pymes realizaron trámites para exportar y que el 61% del total de empresas tiene una página web, independiente de ser exportador o no. Sin embargo de las empresas que han realizado trámites

para exportar, el 42% tiene página web. (Ver gráficas pymes exportadoras con web y por macro sectores). De estas, sólo el 58% la tiene publicada en más de dos idiomas.

El 68% de las empresas tiene su orientación de negocios definidos al mismo tiempo al B2B y B2C, el 80% de las empresas NO sabe qué es posicionamiento web y el 97% no ha realizado ventas al exterior en un e-marketplace. Con estos porcentajes es difícil determinar el uso de internet en la búsqueda de oportunidades en mercados Internacionales.



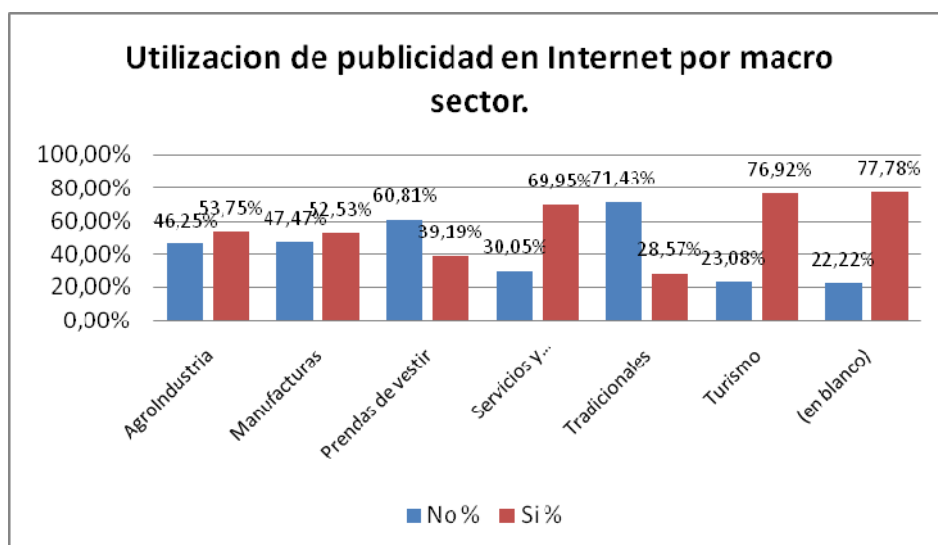
10. Uso de Internet, para consulta de sitios de interés relacionados con entes, promotores de exportación en Colombia.

El 76% de las empresas pymes no gestionan sus documentos de exportación vía Internet. Se debe promover su utilización, dado que permite ahorro de tiempo y costos. Sólo el 29% hace seguimiento a las órdenes de zarpe usando Internet.

11. Uso de la Internet como herramienta de promoción de productos en páginas Web.

Si se está pretendiendo llegar a mercados internacionales es importante que la empresa y su URL esté inscrito en directorios web internacionales y ofertar los productos en portales donde está pensando exportar, estos re-direccionan el tráfico objetivo a su sitio web, por ello se debe tener la web en el idioma de su mercado objetivo.

Del total de empresas encuestadas que tienen sitio web, sólo el 35% lo tiene en dos idiomas y el 3% en más de dos y el 97% no ha ofertado en un e-marketplace internacional. Importante revisar estratégicamente el mercado al cual se está apuntando y generar actividades en web que permitan cumplir con este objetivo.



12. Uso de Internet como herramienta de e-marketing.

Hoy en día, se estiman que existen alrededor de 51 millones de sitios web (según netcraft) y cada día nacen 3.500 nuevos. Es un reto grande lograr que encuentren el sitio de su compañía, más aún si no se conocen las actividades que se deben realizar para lograrlo y no se tiene el personal para hacerlo. El reto es mayor cuando se habla de llegar a mercados globalizados, pues no se está compitiendo con los colegas de la ciudad o el país, sino con los de los continentes. Duro pero cierto.

El estudio refleja puntos positivos, tal como que Internet ha influido positivamente en la captación de nuevos clientes en un 32%. Siendo esto así y teniendo en cuenta que el 68% de las empresas interactúan con su página web para realizar comentarios y sugerencias y el 80% no sabe qué es posicionamiento web, ¿es posible imaginar cuál sería el éxito si realizaran actividades para mejorar?. El porcentaje del 32% se incrementaría satisfactoriamente en la rentabilidad de su negocio.

En concreto el 63% de las empresas respondieron que NO hacen mercadeo electrónico y ¿por qué no lo hacen? Contestaron que no conocen las ventajas de hacerlo y falta de conocimiento. El 81% NO hacen ventas por Internet y sólo el 19% SI lo hace. ¿Por qué no lo hacen?. Contestaron, que no conocen las ventajas de hacerlo y falta de conocimiento.

13. Uso de Internet como herramienta publicitaria, en sitios Web, Adwords, y otros.

Un 58% de la pymes SI usan internet para publicar promociones, contra un 42% que NO, de las empresas que lo hacen, el 75% lo realiza a través de su propia página web, se desconocen otros mecanismos para realizarlo y el 72% no realiza acciones para aparecer en los primeros lugares de los buscadores.

El 46% subcontrata la administración de su sitio web y el 54% lo realiza internamente, sin embargo el 55% actualiza su sitio web cada seis meses o más.

Estas cifras demuestran un desconocimiento del tema y una inminente necesidad de transferir conocimiento de las herramientas para realizarlo.

14. Ventajas y desventajas como instrumento de comunicación y uso de tecnología de punta.

La inversión en tecnología de punta para conectividad en internet va de acuerdo al tamaño de la empresa y su objeto social, sin embargo se observa que el 78% de las empresas invirtieron menos de \$10` millones de pesos en el último año y solo el 3% invirtió más de \$50` millones de pesos.

Para poder ser competitivos en comunicaciones las empresas deben contar con una banda ancha de acuerdo a la cantidad de empleados, que distribuida, permita un buen desempeño a cada uno de los usuarios.

También se puede observar que el 88% de las empresas NO poseen un canal tecnológico que los asesore en las inversiones de tecnología, situación que se convierte en una desventaja competitiva, ya que hoy en día, existen demasiadas herramientas poderosas que contribuyen al desempeño de los empleados de la organización y por desconocimiento, no se accede a ellas, así sean de baja inversión.

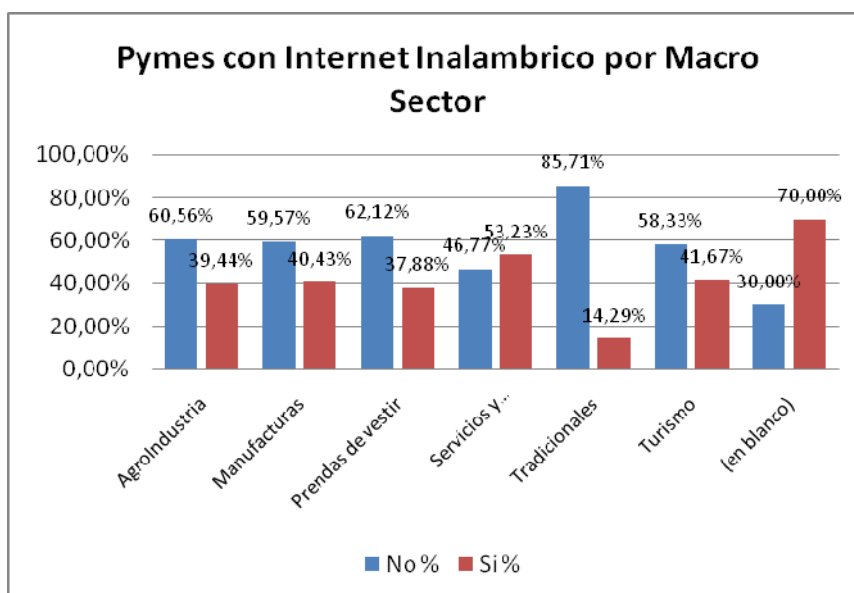
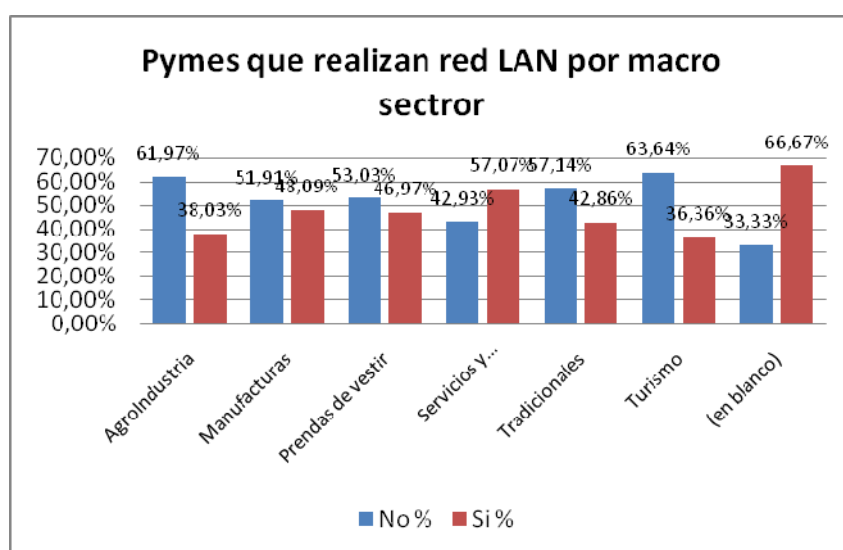
15. Uso de redes LAN e inalámbricas como herramienta de comunicaciones.

El uso de redes LAN en una organización bien sea pequeña o mediana, representa ventajas competitivas, organizacionales, administrativas y reducción de costos. 5 de cada 10 empresas pymes en Colombia no cuenta con una red LAN. La calidad de equipos con que se instale contribuye en un alto porcentaje en la sostenibilidad de la red y buen comportamiento.

4 de cada 5 empresas que NO cuentan con red LAN, manifiestan que no la tienen en su orden, por falta de conocimiento, no conoce las ventajas de tenerla, falta de herramientas tecnológicas y por último que no se encuentra interesado en ello. Lo anterior ratifica la necesidad que tienen las empresas de contar con un canal de servicio tecnológico que las asesore.

En cuanto a si las empresas tienen una red de conexión inalámbrica, el panorama es mejor ya que el 45 % SI la tienen, sin embargo aún el 55% de las empresas no disponen de ella y las razones por las cuales NO la tienen son en su orden las mismas de la red LAN.

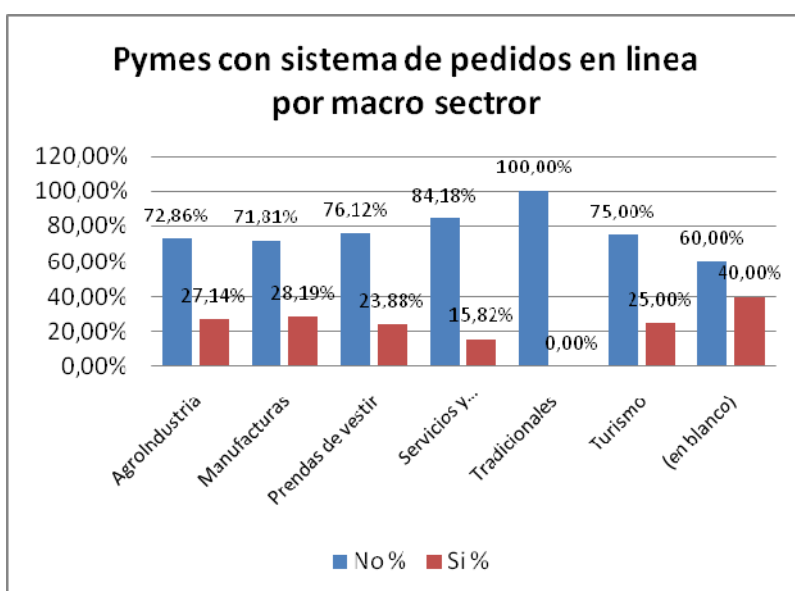
Aún se observa que las comunicaciones a larga distancia se realizan con los operadores tradicionales colombianos y la Voz IP comienza a utilizarse en un 23% de las empresas. Estas comunicaciones teniendo una banda ancha, resulta un ahorro significativo.



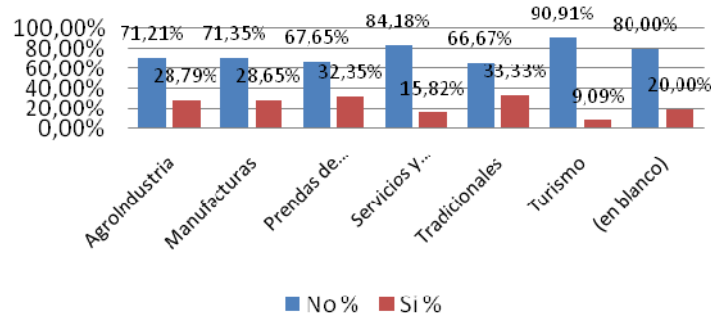
16. Uso de Internet para aplicaciones de facturación, intercambio electrónico de datos y seguimiento a clientes.

El internet y las aplicaciones web minimizan la complejidad de los procesos y maximizan el seguimiento preciso de las relaciones con los clientes.

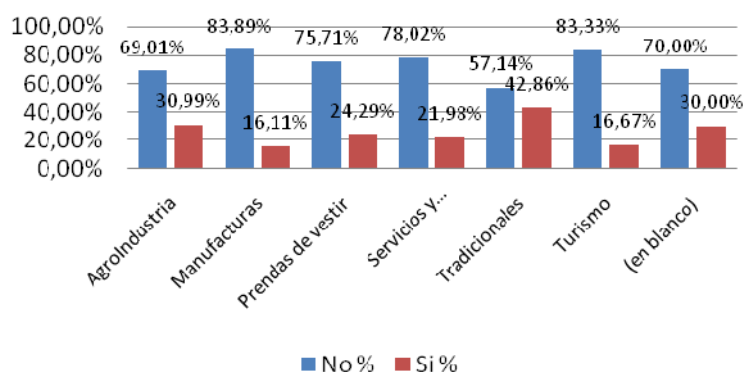
Las pymes colombianas en un 88% NO cuentan con aplicaciones de seguimiento a las relaciones con los clientes (CRM), el 80% NO cuenta con un sistema de gestión de distribución, logística e inventarios, el 76% NO cuenta sistema de gestión de pedidos en línea y el 72% NO cuenta con sistemas de facturación y pagos en línea. Ya la ley permite realizar facturación electrónica, sin embargo el 78% NO envía los documentos por este medio.

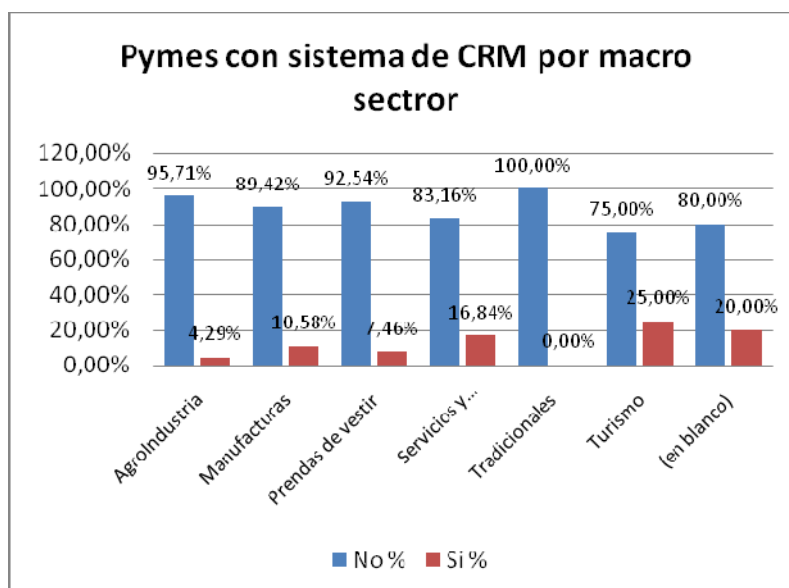


Pymes manejo de documentacion de exportacion por Internet por macro sector



Pymes que envia facturas electronicas por macro sector

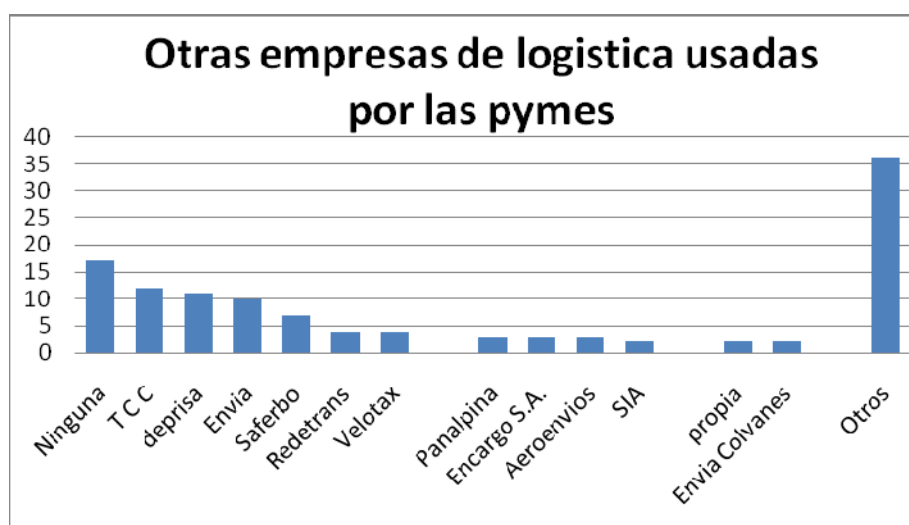




17. Uso de Internet para tracking de producto, logística y estado de exportaciones en puerto.

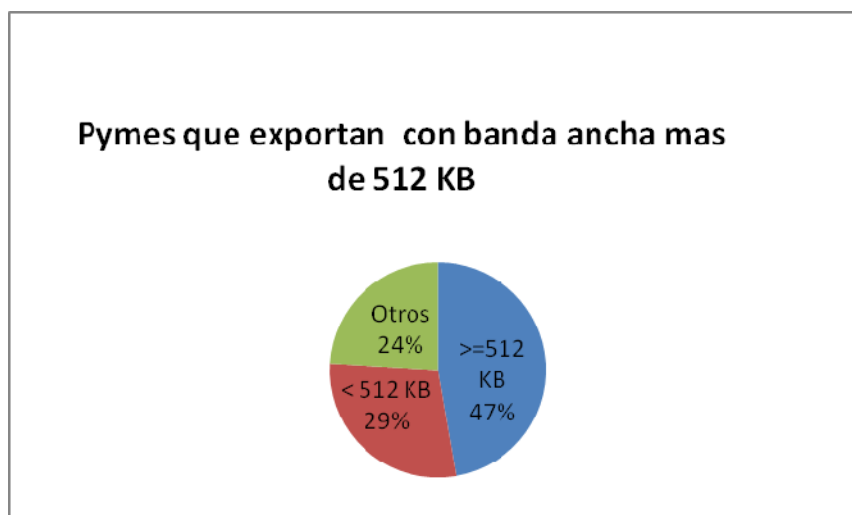
El 69% de la pymes colombianas NO realizan seguimiento de sus embarques por Internet, el 83% NO cuenta con gerencia de logística y exportaciones. Las razones por las cuales no realizan este seguimiento son en su orden: la falta de conocimiento, el no tener interés en ello, la falta de herramientas tecnológicas y el desconocimiento de las ventajas de tenerla.

Las cuatro principales empresas de logística que usan Internet como herramienta de logística son en su orden Servientrega, DHL, Fedex y Coordinadora Mercantil, otras se observan en la gráfica siguiente.

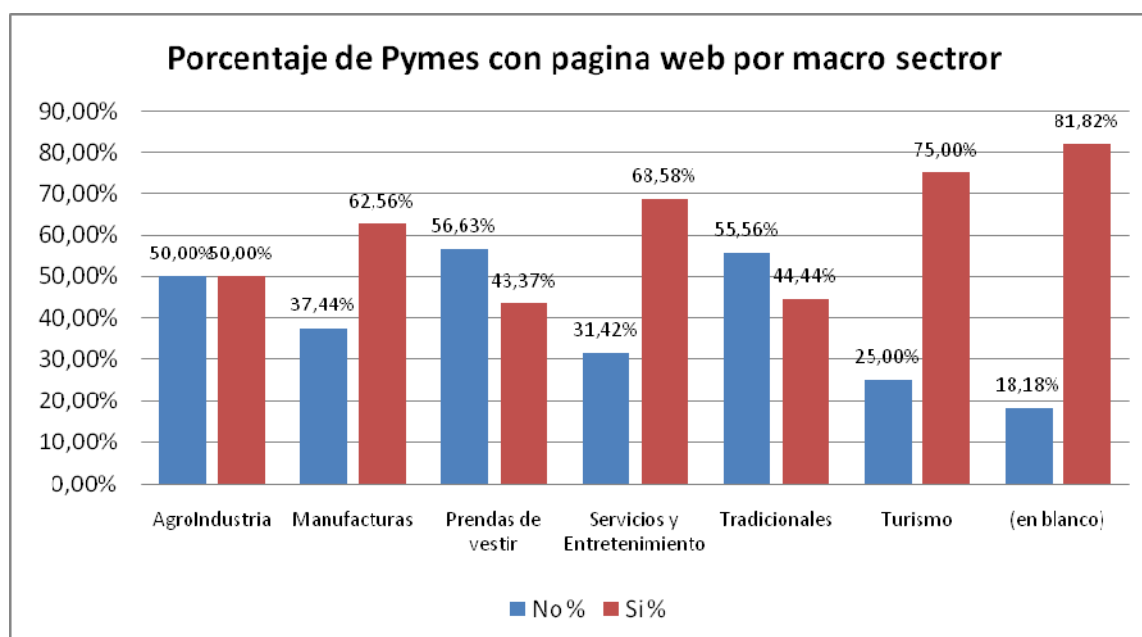


Respuestas a otros cruces relevantes del estudio

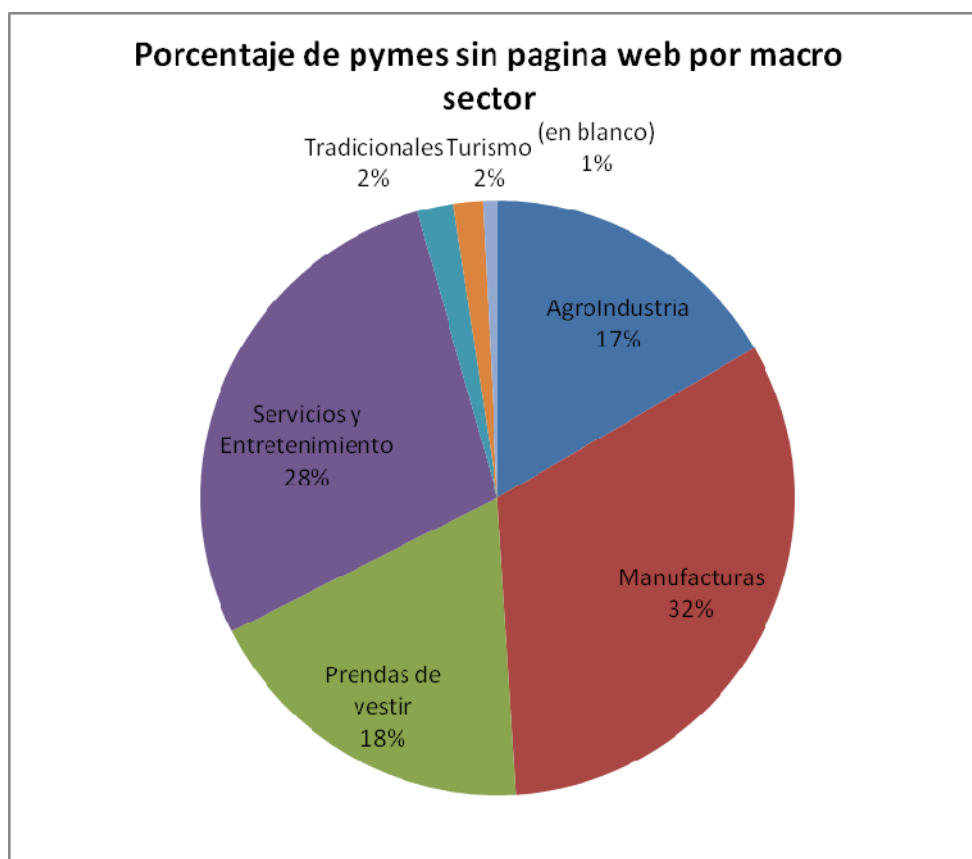
1. ¿Qué porcentaje de las empresas que exportan en el 2007 usan banda ancha, de más de 512 KB?



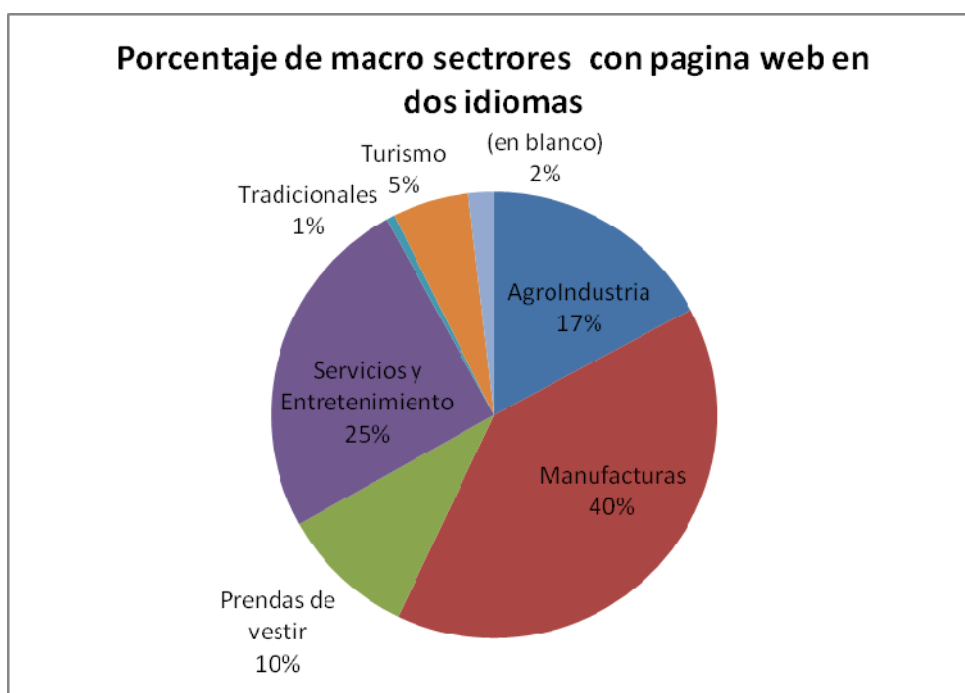
2. ¿Cuál es el rango de 1 a 6 de los macro sectores exportadores que tienen pagina web?



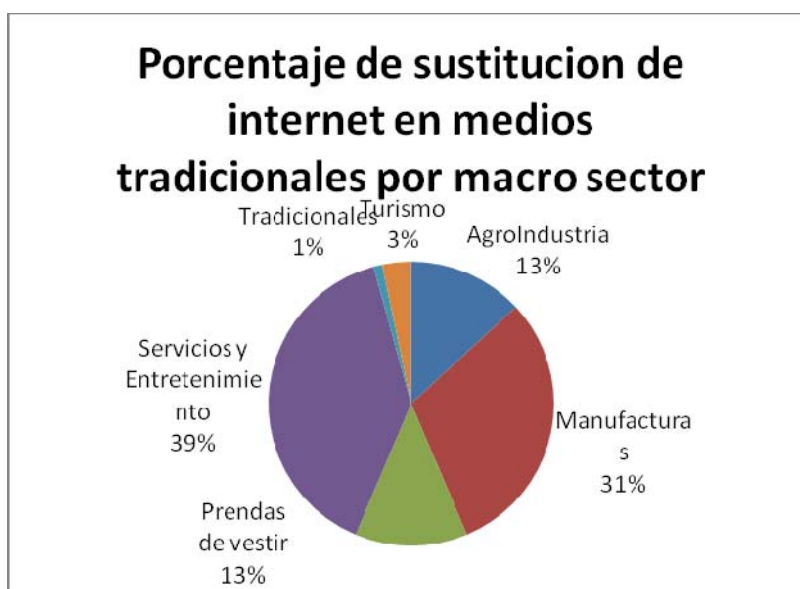
3. ¿Cuál es el porcentaje de pymes por Macro sector que no tiene pagina web?



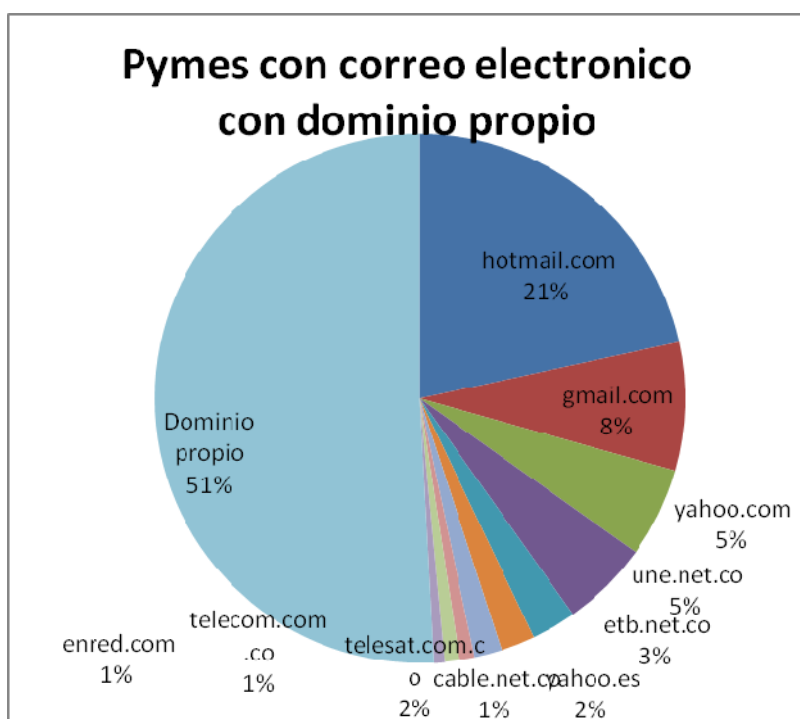
4. ¿Cuál es el porcentaje por Macrosector que tiene su sitio web en más de 2 idiomas?



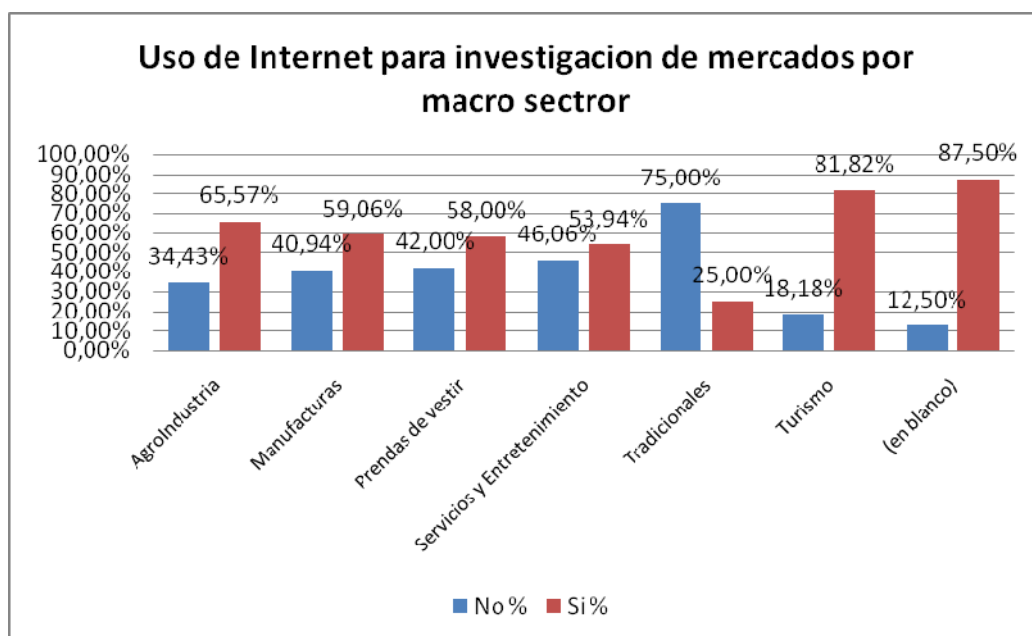
5. ¿Cuál es el porcentaje por Macrosector en la que el internet ha sustituido los medios convencionales de comunicación?



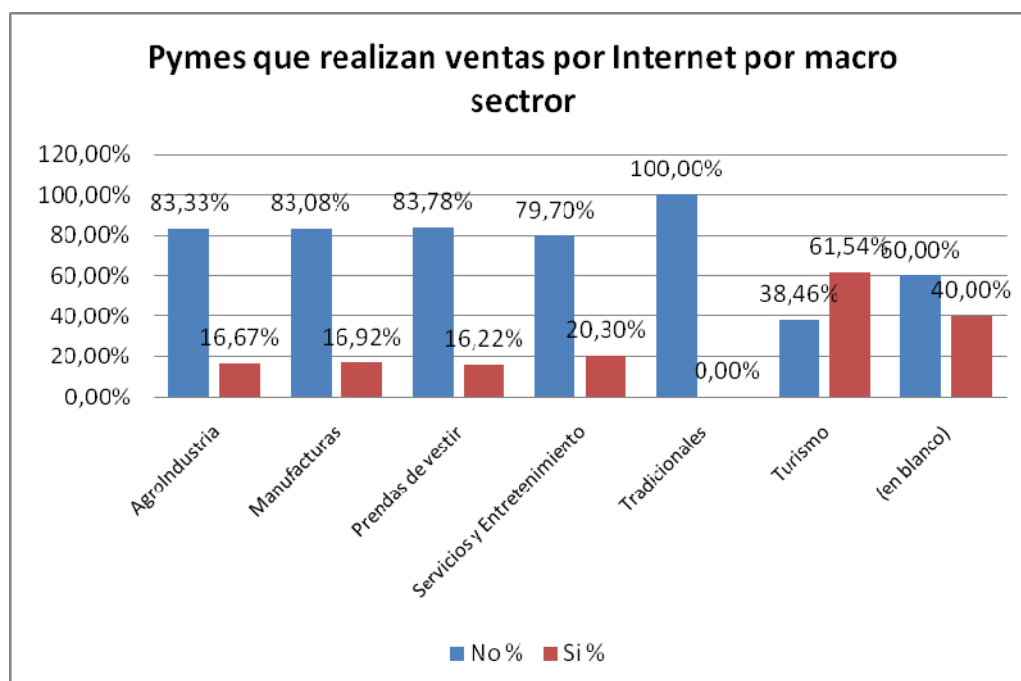
6. ¿Qué porcentaje de las empresas Pymes Colombianas usan el correo electrónico con Dominio propio y cuál es el porcentaje que usan de otros correos como Hotmail, Yahoo, Gmail entre otros?



7. ¿Cuál es porcentaje del uso en investigación de mercados de las pymes por macro sector?



8. ¿Cuál es el porcentaje de empresas Pymes por Macrosector que realizan ventas por Internet?



Conclusiones

- En Colombia, el 61% de las empresas pymes exportadoras o potencialmente exportadoras tienen página web.
- Del total de empresas encuestadas, sólo el 41% realizó trámites o actividades de exportación en el 2007. Sólo 4 de cada 10 de estas empresas tiene página web.
- Los macro sectores exportadores con mayor presencia en la web son en su orden, servicios y entretenimiento, manufacturas, agroindustria, prendas de vestir, turismo y sector tradicional. Sin embargo los sectores que reportan mayor número de ventas en línea son turismo (61.54%), seguido de servicios y entretenimiento (20.30%).
- El 49.77% de las pymes exportadoras o con potencial, identifican como criterios principales para la escogencia de proveedores del servicio de Internet la estabilidad y velocidad de conexión, seguido de valores agregados como el precio y soporte técnico.
- La principal actividad realizada por la pymes a través de Internet es la comunicación con clientes y proveedores. Otros usos detectados se refieren a la consulta de correos electrónicos, acceso a páginas web, intercambios de archivos y chat.
- 5 de cada 10 empresas consideran que el Internet ha sustituido los medios convencionales de comunicación en su organización en un 55%.
- Por falta de conocimiento y manejo de las herramientas, el 81% de las pymes no realizan video conferencia como apoyo a las estrategias de comunicación y negociación comercial.
- Sólo el 40.67% de las pymes poseen velocidad de conexión de 512 KB o superior, que es el estándar de capacidad de banda ancha aprobada por la CRT (comisión regulatoria de tarifas del Ministerio de Comunicaciones).
- El 73% de las empresas pymes desconoce las posibilidades que ofrece Internet para los procesos de formación y capacitación en línea.
- Sólo el 47% de las pymes exportadoras cuentan con equipos de cómputo correspondientes a modelos superiores al año 2005.
- Las pymes exportadoras no están gestionando en sus negocios electrónicos, documentos de exportación vía Internet, ni tampoco están realizando seguimientos de sus órdenes de zarpe por la web.
- Las pymes tienen un alto desconocimiento en temas de mercadeo electrónico y posicionamiento web. Si bien el 61% cuenta con una página web, la orientación de estos sitios no tienen claramente definido su objetivo de mercado, bien sea B2B (negocio a negocio) o B2C (negocio a consumidor). La mayoría están orientadas a la presentación del portafolio de productos y servicios e información institucional.

- El 81% de las pymes exportadoras no realizan ventas por Internet o comercio electrónico y el 97% no saben que es un e-marketplace.
- Las pymes no poseen suficiente información y conocimiento sobre nuevas tecnologías y no tienen canales que le apoyen en la transferencia de conocimiento.
- El 50% de las pymes no tiene una red LAN y un 55% no tienen una red de conexión Inalámbrica.
- En promedio el 75% de las Pymes exportadoras, no cuentan con aplicaciones de software web para gestión de órdenes de compra, facturación electrónica y CRM.