UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICE-RECTORADO ACADÉMICO
DIRECCION GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OPCIÓN: ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS

EVALUAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS AFILIADOS A LA CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DEL MUNICIPIO CARONI AL I SEMESTRE DEL 2004

Presentado por
LIC. YOSMAR YAMILE LÓPEZ DIAZ
para optar al título de
Especialista en Finanzas

Asesor
ECON. YLLEN LÓPEZ

Cuidad Guayana, Enero de 2005

DEDICATORIA

A mi esposo Oscar, por su apoyo incondicional

A mi adorada hija Andrea

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso por iluminarme los caminos, darme las oportunidades y la fortaleza necesaria para culminar todos los proyectos que me he propuesto.

A mis padres quienes siempre me han ayudado a seguir adelante, y me han enseñado que el camino largo probablemente es el más difícil pero es el que mayor satisfacción nos deja.

A mis hermanos, con quienes siempre he compartido mis más gratos momentos.

A mi compañera y tutora la Econ. YIlen López, por su valiosa orientación y asesoramiento para la elaboración del presente estudio, y a quién considero una persona de una gran calidad humana.

A todos mis compañeros de la cohorte IV de Postgrado por su compañerismo.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA i
AGRADECIMIENTO ii
ÍNDICE DE CONTENIDO iii
LISTA DE TABLAS Y FIGURAS 4
RESUMEN 5
INTRODUCCIÓN 6
CAPITULO 1: MARCO TEORICO 8
1.1 Antecedentes de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroni 8
1.2. Misión -Visión 9
1.2 Estatutos de CCIMC 10
1.3 Estructura Organizativa de la CCIMC 13
1.4 Comisiones de trabajo de la CCIMC 14
1.5 Sectores Económicos de la CCIMC 17
1.6. Importancia de la CCIMC para el desarrollo económico regional 18
CAPÍTULO 2: PLAN DE INVESTIGACION DEL PROYECTO 21
2.1 Identificación del problema 21
2.2 Naturaleza del proyecto 21
2.3 Importancia del Proyecto 21
2.4 Justificación del Proyecto 22
2.5 Alcance del Proyecto 23
2.6 Objetivo General 23
2.7 Objetivos Específicos 23
2.8 Limitaciones 24
2.9 Metodología e información 26
2.10 Tipo de Investigación 26
2.10.1 Tipo de Estudio 26
2.10.2 Diseño de muestra y selección de muestra 29
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE LOS DATOS Y RESULTADOS 32
3.1 Preguntas y resultados de la encuesta 32
CONCLUSIONES 42
RECOMENDACIONES 44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 47
ANEXOS 48

LISTA DE TABLAS, CUADROS Y FIGURAS

Página

FIGURA Nº 1 Estructura Organizativa 14
FIGURA Nº 2 Comisiones de Trabajo.....17
FIGURA Nº 3 Sectores Económicos de la CCIMC.....18

TABLA Nº 1 Cronogramas de Actividades.....25
TABLA N° 2 Sectores Económicos / Cuota.....29
TABLA N° 3 Sectores Económicos/ Encuestas.....30

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICE-RECTORADO ACADÉMICO
DIRECCION GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OPCIÓN: ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS

EVALUAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS AFILIADOS A LA CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DEL MUNICIPIO CARONIAL I SEMESTRE DEL 2004

Tutor: **Autor:**

Econ. Yllen López **Lic. Yosmar López**

Puerto Ordaz, 09 Noviembre de 2004

Resumen

En esta investigación se realizó un estudio entre los Afiliados de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní (Camcaroní), ente gremial fundado hace 51 años, en relación al grado de satisfacción de los mismos a la Cámara que los agrupa. El primer estudio es de índole cualitativo y consta de entrevistas en profundidad a personalidades ligadas al gremio. (Ex presidentes, Directores, Presidentes Cámaras exitosas a nivel regional y/o Nacional, Organismos cúpula). El segundo estudio es de índole cuantitativo mediante encuestas a grupos de afiliados seleccionados por sector o actividad económica, de acuerdo a su patrón de importancia con respecto al total de afiliados a la Cámara de Comercio.

INTRODUCCIÓN

La Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní es una institución gremial, sin fines de lucro, que ejerce la representación de los empresarios regionales ante los organismos públicos locales, regionales y nacionales; ante las organizaciones gremiales de alcance nacional, y en general, ante todos los entes u organizaciones privadas regionales, nacionales e internacionales vinculadas a la problemática del sector empresarial.

El propósito de esta investigación es evaluar el nivel de satisfacción de los afiliados a la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní, este estudio se limitó al análisis de los resultados arrojados por las encuestas las cuales nos permitió dar unas conclusiones fundamentadas y abarcó solo el período correspondiente al I semestre del 2004 .

El estudio se organizó de la siguiente manera: en el Capitulo 1- Marco teórico: se revisó toda la información relacionada con los antecedentes de Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní, su basamento legal, para posteriormente describir las comisiones de trabajo que la componen, y la importancia de la Cámara de Comercio para el desarrollo económico regional.

En el Capitulo 2- se elaboró el plan de investigación del estudio donde se identifica el problema, su naturaleza, importancia, justificación, objetivos general, objetivos específicos, limitaciones, así como la metodología y tipo de información utilizada, se estableció la forma de elaborar las encuestas y tablas requeridas para tabular y reorganizar la información disponible.

Luego en el Capitulo 3- con la información reorganizada y tabulada- se desarrollo el análisis de los datos y resultados. Finalmente, en las conclusiones se emitió una opinión general razonada y se presentaron recomendaciones.

CAPITULO 1
MARCO TEORICO

1.1. Antecedentes de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní

La Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní,[1] es una institución gremial, sin fines de lucro, fundada el 06 de Abril de 1953, inicialmente ubicada en San Félix, y trasladada su jurisdicción territorial a Puerto Ordaz en 1964., destinada a agrupar a todas aquellas empresas formalmente establecidas en el Municipio Caroní y que manifiesten su voluntad de afiliarse a ella.

Ejerce la representación de los empresarios regionales ante los organismos públicos locales, regionales y nacionales; ante las organizaciones gremiales de alcance nacional, y en general, ante todos los entes u organizaciones privadas regionales, nacionales e internacionales vinculadas a la problemática del sector empresarial.

A través de las respectivas comisiones, ofrece a los afiliados asesoría legal, tributaria, laboral, financiera, sobre comercio exterior, y se mantienen actualizadas, para uso de sus afiliados, informaciones de carácter legal, tecnológico, financiero, etc., que sean de interés para optimizar la gestión de los empresarios y gerentes.

Orienta, patrocina y participa en acciones de interés social, cultural, deportivo, comunal, etc., como parte de su compromiso con la comunidad y en aplicación práctica del concepto de la responsabilidad social del empresario.

[1] Camcaroní: Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní

En armonía con otras cámaras e instituciones orienta, estimula y promueve las inversiones que, procedentes del sector público y del sector privado, representen beneficios para el desarrollo integral de nuestra región.

Promueve y organiza eventos diversos -foros, seminarios, conferencias, etc.- destinados a informar, instruir y actualizar a sus afiliados en materia legal, gerencial y de negocios.

A mayo del año 2004, cuenta con 443 empresas afiliadas, cuyo domicilio es principalmente Puerto Ordaz, y en menor proporción San Félix.

Recientemente la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní, estuvo en la palestra por la conmemoración de sus 51° aniversario donde ratificó sus postulados de compromiso por el desarrollo armónico de nuestra región, asumiendo una postura integral en esta época de tantas dificultades para el colectivo guayanés. La representatividad empresarial e institucional no tiene la menor duda en continuar apoyando las iniciativas de las fuerzas vivas de la región que redunden en beneficios para nuestra población, y las iniciativas oficiales que tengan como finalidad echar las bases de una sociedad más justa.[2]

1.2. Misión y Visión de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroni

Misión

La atención al afiliado encaminada a su formación, capacitación, desarrollo y promoción, como herramienta del fortalecimiento del sector económico y productivo de la región, que permita alcanzar un desarrollo económico y social sustentable para mejorar la calidad de vida de los guayaneses.

[2] Órgano Divulgativo de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní "Revista Visión Empresarial" Edición 50 Aniversario, 2003

Visión

Ser la organización gremial de mayor credibilidad y liderazgo del sector empresarial de Guayana, identificada como la principal impulsadora del desarrollo económico de la región.

1.1 Estatutos de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroni

Los estatutos de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní, están agrupados en 10 capítulos, que totalizan en conjunto 72 artículos los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

1. Constitución : 5 Artículos
2. De los afiliados: 6 Artículos
3. De la suspensión, retiro y expulsión: 4 Artículos
4. De los organismo de la Cámara:: 23 Artículos
5. Comité de Ética: 1 Artículo
6. Del Comisario y su Suplente: 2 Artículos
7. Del Secretario Ejecutivo: 2 Artículos
8. Del Consultor Jurídico: 2 Artículos
9. De las elecciones: 22 Artículos
10. Disposiciones Finales: 5 Artículos.

En esta investigación solo se van a describir los artículos que componen el capítulo de la Constitución, ya que los mismos sustentan los objetivos de mayor importancia para la creación de un órgano gremial que represente de manera genuina los intereses del sector empresarial, entrelazado con el bienestar de la comunidad de la Región Guayana.

CAPITULO : CONSTITUCIÓN

Articulo Nro 1- La Cámara de comercio e Industrias del Municipio Caroní del Estado Bolívar, es una sociedad sin fines de lucro, destinada a la promoción y fortalecimiento del sector económico y productivo regional.

Totalmente apolítica, con personalidad jurídica propia, integrada por personas jurídicas legalmente establecidas en su jurisdicción y ligadas directamente a las actividades económicas consagradas en el Código de comercio venezolano y cuyo funcionamiento se rige de acuerdo a los presentes Estatutos.

Articulo Nro 2.-La Cámara tendrá su asiento en Ciudad Guayana, con jurisdicción de todo el Municipio Caroní del Estado Bolívar, pudiendo ejercer sus funciones y representaciones en cualquier parte de la república y en el Exterior.

Articulo Nro 3.- La Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní, se constituyó el 06 de Abril de 1953. en sustitución de la extinguida Cámara de Comercio del Puerto de San Félix, subrogándose en su tradición e historia y adquiriendo en consecuencia de pleno derecho todo su patrimonio activo y pasivo.

Articulo Nro. 4- La Cámara de Comercio e industrias Caroní, partiendo de su naturaleza, tiene por objetivo la promoción y defensa de la Empresa Privada y de la libre iniciativa, fundamentándose así en el desarrollo integral democrático como único garante de un sistema de libertades y participación; entre sus funciones podrá:

A) Analizar la situación de los sectores comercial, servicios e industrial, en relación con la realidad del país y de la región, a los fines de definir estrategias a seguir para integrar y coordinar sus planteamientos, programas y acciones; así como defender intereses lícitos de sus afiliados cuando sean vulnerados.

B) Cooperar con los poderes de la Nación, Entidades federales Municipales e Instituciones del Sector Privado de la Economía y los demás sectores fundamentales de la sociedad, en la formulación de políticas y en la elaboración de planes de desarrollo, con especial énfasis en lo concerniente al interés socioeconómico.

C) Proponer a los Poderes Nacionales Estatales o Municipales, las reformas legales que estime conveniente en beneficio del comercio, servicios e industria, así como gestionar la implementación de las medidas necesarias para la solución de los problemas comunes o particulares de los diversos sectores del que hacer económico.

D) Coordinar la representación del sector empresarial ante los organismos públicos y privados y en especial en los organismos de planificación del desarrollo regional para la ejecución de programas de fomento de la actividad económica y de la realización de programas de formación y/o encuentro de carácter regional, nacional e internacional que tengan relación con la actividad empresarial.

E) Lograr que la representación del sector empresarial en los organismos mixtos, públicos y privados, sea genuina y responda al resultado de las debidas consultas ante dicho sector.

F) Propiciar y coordinar la elaboración de ponencias y documentos a las asambleas, congresos y demás espacios de formación y/o encuentro de carácter regional, nacional e internacional que tengan relación con la actividad empresarial.

G) Arbitrar los asuntos sometidos a su consideración por parte de los interesados.

H) Prestar asistencia oportuna y pronta a los afiliados cuando estos lo requieran.

I) Editar una publicación que divulgue los principios y obra de la organización.

J) Organizar exposiciones, eventos y ferias de comercio, de servicios y de la industria.

K) Propiciar, cuando lo estime oportuno, la creación de la Bolsa de Valores de la localidad.

Articulo Nro. 5- La Cámara podrá, bajo el espíritu del presente Estatuto y cuando lo estime conveniente, afiliarse, firmar acuerdos o convenios con otros organismos económicos, federativos, estatales, regionales, sectoriales, nacionales, binacionales e internacionales, procurando su fortalecimiento, así como podrá afiliarse, asociarse o inscribirse en otros organismos que persigan objetivos comunes o de interés para la Cámara y sus sectores, conservando, en todo momento, su independencia orgánica y funcional.

1.3 Estructura Organizativa de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroni

La toma de decisiones y funcionamiento de la Cámara, esta a cargo de un Directorio, que se rigen de acuerdo a los Estatutos y Resoluciones de las Asambleas. Los miembros del Directorio duran 2 años en sus funciones, y pueden ser reelectos a excepción del Presidente, que pasa a formar parte una vez culminado su período, al consejo de ex presidentes.

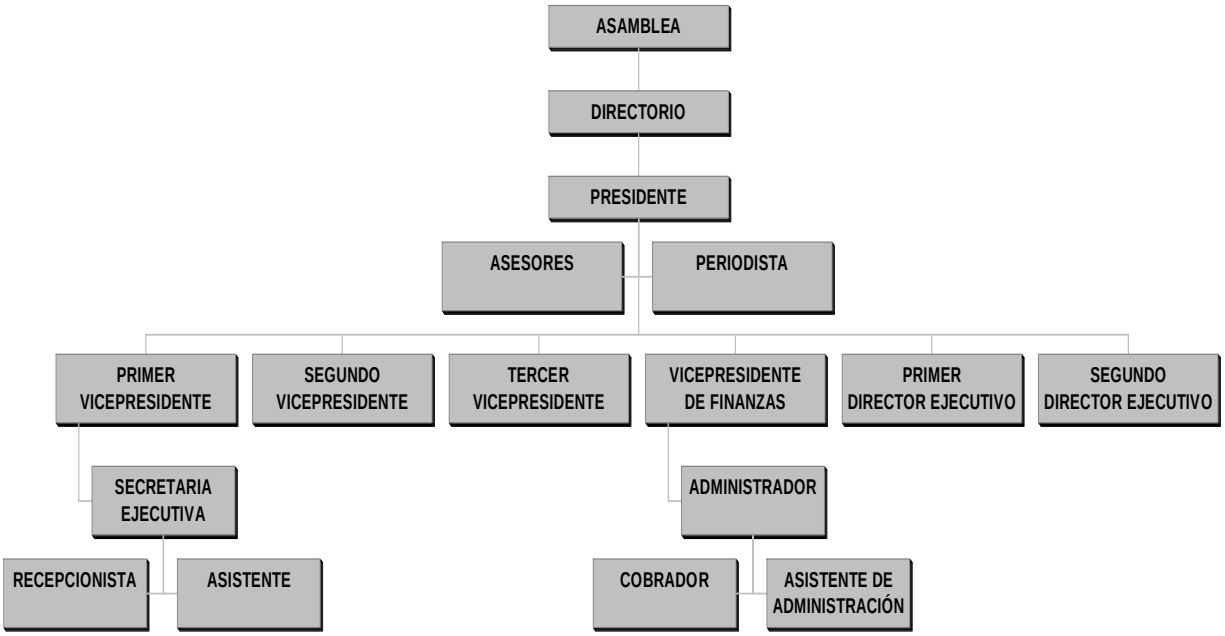
El Directorio esta integrado por siete (7) miembros que integran el Comité Ejecutivo: Presidente, Primer Vicepresidente, Segundo Vicepresidente, Tercer Vicepresidente, Vicepresidente de Finanzas, Primer Director Ejecutivo, y Segundo Director Ejecutivo. Completan el Directorio, Dieciocho (18) miembros que tienen carácter de Directores, elegidos de acuerdo a los sectores de la economía conformados en la base de afiliados. El Directorio ejerce sus funciones y aporta su trabajo ad honorem.

Adicionalmente y para desarrollar sus actividades diarias, la Cámara cuenta con un personal fijo de 5 personas: Secretaria Ejecutiva,

Recepcionista, 1 personal administrativo, Responsable de la Administración y Asistente de Cobranzas (FIGURA N°1 Estructura Organizativa).

FIGURA N° 1

Organigrama de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroni



1.4 Comisiones de trabajo de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní

En el período que va desde Abril 2003 hasta Abril 2005, se conformaron 11 Comisiones de Trabajo, estas comisiones no son estáticas son modificables de acuerdo a cada directorio que se elija, e incluso dentro del mismo directorio y en base a la evolución, desempeño y necesidades existentes.

Estas comisiones tienen los siguientes objetivos organizacionales:

Atención al Afiliado: Reuniones con afiliados, realizar eventos con afiliados nuevos, mejorar cobranzas, mejorar comunicación directiva-afiliados, revisar cuotas, obtener certificación ISO 9001-2000, proyecto aprobado por el directorio y bajo responsabilidad de esta comisión.

Relaciones Interinstitucionales: Intensificar la labor de vinculación con otras Cámaras, entes públicos y privados, buscar representación de Camcaroní en organismos del Estado, elaborar proyecto ambiental: electricidad, agua (abordar activamente estos problemas de la ciudad)

Comunicación e Imagen: Mayor presencia en medios: vocería, mejorar estrategias comunicacionales, comercialización, mantener edición revistas y programa radial.

Comercio Electrónico: Mejorar comunicaciones de Internet con los afiliados, concretar página Web.

Finanzas y Economía: Promover encuestas de coyuntura económica, asesoría financiera para afiliados, biblioteca económica, coordinar eventos junto a la comisión de eventos, con el fin de obtener recursos.

Comercio Exterior: Organizar evento Guayana en el mundo, participación en el congreso marítimo, apoyar ruedas de negocios, plan de formación empresarial en comercio exterior

Asuntos Legales: Proyecto de arbitraje, organizar foro" Visión Empresarial 2004", clínicas jurídicas, asesorías legales a afiliados,

análisis de la ley de protección al consumidor y al usuario, dar asesoría jurídica a comisión de asuntos sociales, plan de formación de negocios.

.

Asuntos Sociales: Concretar fundación humanidad empresarial, desayunos infantiles y vaso de leche, programa orientación jurídica-familiar, jornadas de vacunación.

Eventos: Promover e impulsar eventos de trascendencia regional como es encuentro entre líderes, jornadas de formación empresarial, Guayana en el mundo, cena empresarial, foros, seminarios, almuerzos, conferencias.

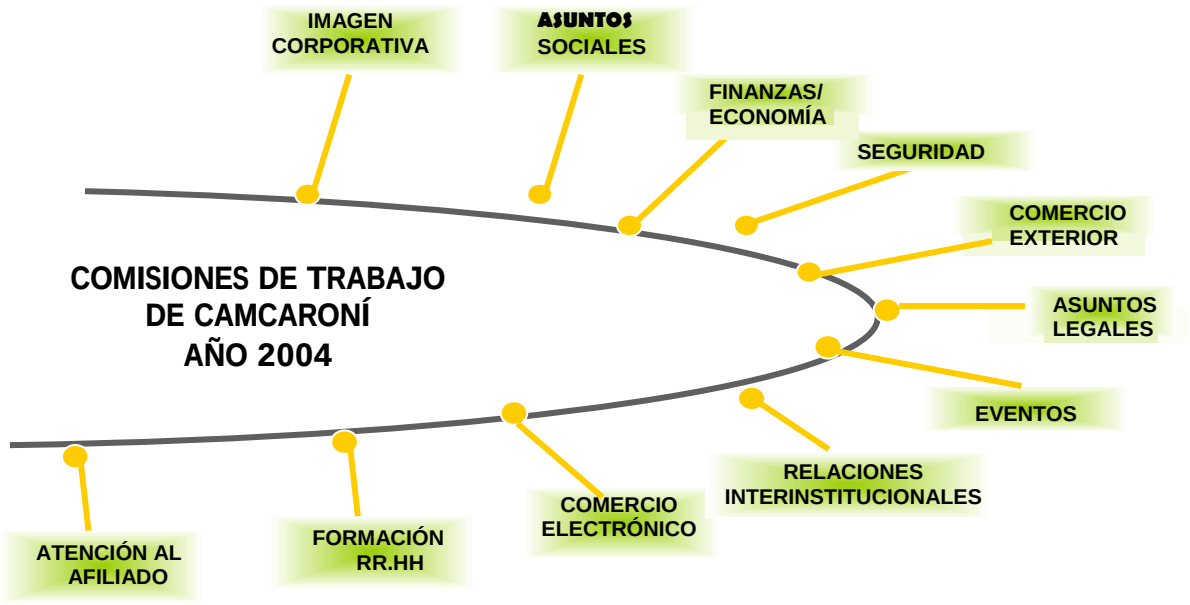
Formación RRHH: Promover e impulsar el fortalecimiento del recurso humano, a través de la capacitación y formación, jornadas de formación empresarial, programa trimestral de talleres y foros.

Seguridad: Integración CAMCARONI-comunidad-gobierno, participación en reuniones de seguridad ciudadana, organizar brigadas de seguridad, elaborar boletín de seguridad para afiliados.

Se puede observar en la FIGURA N° 2 Las Comisiones de Trabajo que componen de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní.

FIGURA N° 2

Comisiones de Trabajo



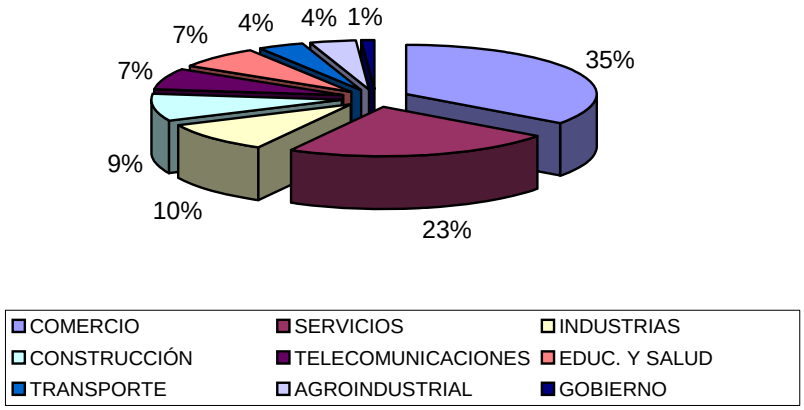
1.5 Sectores económicos que integran la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní

Los afiliados a la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní al mes de Mayo del 2004, son un total de 443 afiliados, personas jurídicas domiciliadas en Puerto Ordaz principalmente y San Fèlix.

En la FIGURA N° 3 se puede observar que el mayor porcentaje se ubica en las empresas perteneciente al sector Comercial con un 35% del universo de empresas afiliadas a la Cámara de Comercio del Municipio Caroní.

FIGURA N° 3

Sectores Económicos de la Cámara de Comercio del Municipio Caroní



1.6. Importancia de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní para el desarrollo económico regional

La Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní, en estos sus primeros 50 años, ratificó sus postulados de compromiso por el desarrollo armónico regional, asumiendo una postura integral en esta época de tantas dificultades para el colectivo guayanés. [3]

La representatividad empresarial e institucional de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní, tiene como objeto apoyar las iniciativas de las fuerzas vivas de la región Guayana que redunde en

[3] Órgano Divulgativo de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní "Revista Visión Empresarial" Edición 50 Aniversario, 2003

beneficios para nuestra población, y las iniciativas oficiales que tengan como finalidad echar las bases de una sociedad más justa.

Avanzar en la transformación a un centro de negocios, donde los afiliados, actuales y potenciales pueden indagar sobre las posibilidades de intercambio comercial que ofrece la región, además de adquirir la orientación y conocimientos necesarios para renovar sus empresas mediante charlas, talleres y conferencias, sin omitir los cursos formativos e informativos.

El empresario, el emprendedor o el profesional pueden plantear sus ideas o proyectos en un foro de intercambio y búsqueda de asociaciones estratégicas.

Uno de los objetivos prioritarios es analizar la situación de los sectores comercial, servicios e industrial, en relación con la realidad del país y de la región Guayana, a los fines de definir estrategias a seguir para integrar y coordinar sus planteamientos, programas y acciones; así como defender intereses lícitos de sus afiliados cuando sean vulnerados.

La Cámara de Comercio ha recorrido una extensa y rica trayectoria. Las acciones institucionales han estado invariablemente orientadas hacia dos objetivos igualmente importantes: por un lado, la firme defensa de los intereses del sector del mediano empresario, con la búsqueda y promoción de las condiciones que posibiliten su mejor desenvolvimiento y el crecimiento económico; por el otro, la participación en todas las iniciativas relacionadas con el crecimiento sostenido de Ciudad Guayana y el bienestar de la comunidad, Además de actuar como impulsora de iniciativas de enorme significación para el progreso y la modernización de la región en su conjunto.

El empeño puesto de relieve en la búsqueda de esas metas, así como la coherencia de su accionar, han contribuido para que la Cámara de Comercio en su carácter de genuina representante del empresariado de la región, exhiba una imagen institucional que trasciende en mucho el ámbito de la actividad gremial.

CAPITULO 2

PLAN DE INVESTIGACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Identificación del problema

Evaluar el nivel de satisfacción de los afiliados a la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Carona al I Semestre 2004

2.2 Naturaleza del Proyecto

Nos interesa realizar un estudio entre los Afiliados de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní (Camcaroní), ente gremial fundado hace 51 años, en relación al grado de satisfacción de los mismos a la Cámara que los agrupa. El primer Estudio es de índole cualitativo y consta de entrevistas en profundidad a personalidades ligadas al gremio. (Ex presidentes, Directores, Presidentes Cámaras Exitosas a nivel regional y/o Nacional, Organismos cúpula). El segundo estudio es de índole cuantitativo mediante encuestas a grupos de afiliados seleccionados por sector o actividad económica, de acuerdo a su patrón de importancia con respecto al total de afiliados a la Cámara de Comercio.

2.3 Importancia del Proyecto

En el pasado las cámaras y asociaciones empresariales tuvieron que trabajar junto a las comunidades a fin de coadyuvar a reivindicaciones tales como la construcción de carreteras, avenidas, creación de cuerpos de bomberos, delegaciones policiales, mejoras en los servicios. Sin embargo en los últimos años y de cara a los profundos cambios que han experimentado las sociedades, el empresariado y sus gremios han tenido y tienen que profundizar sus relaciones, convirtiéndose en entes promotores de negocios de sus respectivas regiones, relacionándose con instituciones públicas y privadas, y en fin ejerciendo una serie de actividades en pro de sus afiliados y de la región.

La Representatividad, Liderazgo, Credibilidad, Poder de Convocatoria son factores fundamentales, para dar a cualquier organización gremial, la fortaleza necesaria para defender, representar, los intereses de los empresarios afiliados ante los organismos públicos y privados, así como generar herramientas y mecanismos que le permitan al empresariado apuntalar su gestión empresarial, en la búsqueda del fortalecimiento y crecimiento económico y productivo de la región.

En este sentido, la satisfacción de las necesidades de los afiliados a la Cámara de Comercio, es primordial para el sano desarrollo de sus actividades, así como para la consecución de los Objetivos trazados y su permanencia en el tiempo como ente gremial, representativo de los intereses del sector empresarial.

Este plan indagará sobre el grado de satisfacción actual de los afiliados a Camcaroní, en función de los servicios que esta le aporta, así como, identificará las oportunidades de mejora y examinará sobre los requerimientos no satisfechos a los afiliados, lo que permitirá sin duda alguna, establecer planes estratégicos de atención en los ítems identificados.

2.4 Justificación del proyecto:

La evaluación del nivel de satisfacción de los afiliados a la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní al primer semestre del 2004, con base al análisis de las empresas afiliadas encuestadas de Ciudad Guayana, permitirá determinar las estrategias en pro de incrementar ese grado de satisfacción, y de esta manera mejorar la funcionalidad y servicio prestado por el ente gremial, a corto y mediano plazo.

2.5 Alcance del proyecto:

La Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní, a Mayo del 2004 cuenta con 443 empresas afiliadas, cuyo domicilio es principalmente Puerto Ordaz, y en menor proporción San Félix. Esta investigación tendrá como cobertura geográfica a Ciudad Guayana, y se seleccionarán 60 empresas afiliadas entre los diferentes sectores económicos para realizar el presente estudio.

2.6 Objetivo General:

Evaluar el nivel actual de satisfacción de los Afiliados al ente gremial, determinando:

a) Fortaleza(s) y Debilidad (es) que los afiliados identifican en la labor que desarrolla actualmente la cámara.

b) Servicio(s), requeridos por los afiliados y oportunidades de mejora, que redunden en un mayor grado de satisfacción con respecto al ente gremial que los representa.

2.7 Objetivos Específicos:

1. Identificar las necesidades satisfechas de los afiliados de Camcaroní.
2. Identificar las necesidades no satisfechas actualmente a los afiliados de Camcaroní.
3. Indagar /Identificar el nivel de percepción del afiliado en relación al valor agregado que recibe por su aporte mensual a Camcaroní.
4. Determinar la frecuencia y efectividad de la información recibida por los Afiliados a Camcaroní.
5. Determinar el grado de conocimiento de los afiliados sobre las actividades que desarrolla Camcaroní.

6. Determinar el grado de aceptación de Camcaroní como ente representativo de los intereses del sector empresarial en la Región.
7. Identificar los factores que repercutirían en una mayor participación de los afiliados a las actividades de Camcaroní.
8. Identificar los factores de éxito de una Cámara de Comercio.

2.8 Limitaciones del proyecto:

Esta investigación se realiza para cumplir con fines académicos, es un Trabajo Especial de grado para optar al título de Especialista mención Finanzas otorgado por la Universidad Católica "Andrés Bello".

Por otro lado, se limita al análisis del entorno regional, específicamente a empresas afiliadas seleccionadas ubicadas en Ciudad Guayana.

En cuanto a tiempo, el estudio debe realizarse en un tiempo máximo de 60 días, ya que será la fuente primaria de información para el desarrollo de esta investigación académica, además los resultados serán entregados a la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní, para su consideración e evaluación.

Se puede observar (TABLA N° 1), donde se elaboró un cronograma de actividades las cuales se describe en la siguiente tabla:

TABLA N° 1

Cronogramas de Actividades

Proceso	Responsable	Lapso	Instrumento
Levantamiento de datos	Estudiante	17 de Mayo al 28 de Mayo 2004	Listados de empresas afiliadas a la Cámara de Comercio Municipio Caroní Concertar cita con los expertos para las entrevistas
Entrevistas en profundidad Diseño de Encuestas	Estudiante	02 de Junio al 11 de Junio 2004	Formato de entrevistas Formato de tabulación para entrevistas Formatos de encuestas para empresas afiliadas Listado de las empresas afiliadas a encuestar
Trabajo de Campo y Análisis de encuestas	Estudiante	14 de Junio al 30 de Julio de 2004	Prueba Piloto Aplicación de las Encuestas Tabulación de las Encuestas
Presentación de resultados	Estudiante	01 de Julio al 17 de Julio 2004	Análisis de datos Presentación del proyecto

El cumplimiento de este cronograma va a depender de la disposición de la información y de tiempo de quién realiza este plan, como de las empresas afiliadas seleccionadas para aplicar la encuesta.

El costo representa una limitación importante, ya que se trata de una investigación académica, además vinculada a un ente sin fines de lucro, donde los presupuestos para este tipo de investigación se encuentran limitados a la entrada de fondos extraordinarios diferentes a la generación de cuotas ordinarias.

Por ende, el recurso humano es el principal, con el cual se cuenta, quién se encargara de la elaboración, aplicación de entrevistas, análisis de resultados, y presentación de conclusiones y recomendaciones, además de la disposición de dos personas de la Cámara de Comercio e Industrias del municipio Caroní, para la realización de las encuestas, la colaboración del comité ejecutivo y directorio de la cámara para las pruebas pilotos, y por último la disposición de los afiliados para que les sea aplicada la encuesta.

2.9 Metodología e Información

2.9.1 Tipo de Investigación

En primer lugar se realizó una investigación explorativa, a través de un estudio cualitativo con la aplicación de cuatro entrevistas en profundidad

Luego se realizó una investigación descriptiva, a través de un estudio cuantitativo con la aplicación de encuestas cerradas a los afiliados de la cámara de comercio de Caroní, debidamente escogidos por sector de acuerdo a la ponderación de cada sector dentro de la estructura de la totalidad de afiliados.

2.9.2 Tipo de Estudio

2.9.2.1 Estudio Cualitativo:

Por motivos de costo y tiempo se seleccionaron cuatro (4) expertos a quienes se les realizaron las entrevistas en profundidad y a dos (2) de ellos se les aplicaron la prueba piloto.

Como fuente de información primaria, se va a elaborar y aplicar entrevistas profundas a expertos con una amplia trayectoria dentro de la Institución. El universo de estudio en este caso serán los siguientes:

1.- Ex -presidente Cámara, actualmente representante en Fedecamaras Nacional

2.- Ex - presidente Cámara

3.- Director Cámara, con 12 años en actividad gremial

4.- Secretaria ejecutiva Cámara, con 32 años dentro de las actividades gremiales.

2.9.2.1.1 Entrevista a profundidad:

Las Entrevistas en profundidad la realizó quién presenta este plan, con la asesoría del tutor académico quién tiene experiencia de 6 años como directivo de Cámara de Comercio y conocimientos sobre el tema gremial.

El Trabajo de campo, se realizo en primer lugar a través del contacto directo con los representantes de las empresas afiliadas seleccionadas y se contó con la colaboración de la asistente de administración y una secretaria, personal nomina actual de la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní.

Con la premisa de responder los objetivos específicos se prepararon las siguientes preguntas para los expertos: Ver Anexo 1 Preguntas de Entrevista en profundidad

1. ¿Podría UD. indicarme según su opinión las necesidades de los afiliados satisfechas actualmente por Camcaroní?
2. ¿Podría UD. indicarme las necesidades de los afiliados no satisfechas actualmente de Camcaroní?
3. ¿Podría UD. indicarme la percepción que tiene entre el aporte mensual del afiliado a Camcaroni en relación al valor agregado?

4. ¿Podría UD. darme su opinión sobre la frecuencia y efectividad de la información recibida por los afiliados a Camcaroní ?
5. ¿Esta UD. en conocimiento de las actividades que realiza Camcaroni?
6. ¿Qué grado de aceptación UD. cree tiene actualmente Camcaroní como ente representativo de los intereses del sector empresarial en la Región ?
7. ¿Qué factores cree UD. repercutirían en una mayor participación de los afiliados a las actividades de Camcaroní?
8. ¿Podría UD. identificar los factores que hacen que una Cámara de Comercio sea exitosa ?

2.9.2.2 Estudio Cuantitativo:

En función de los resultados que arrojó las entrevistas en profundidad, un conjunto de encuestas deberá diseñarse para determinar los fortalezas y debilidades de la Institución. El universo seleccionado para este estudio son 60 empresas afiliadas.

2.9.2.2.1 Encuesta aplicadas a las empresas afiliadas seleccionadas:

Con base a los resultados de la entrevista se preparó una encuesta, que fue sometida a una prueba piloto y como consecuencia sufrió una revisión. Ver Anexo Formato de Encuesta y el formato consolidado para recoger la data.

2.10 Diseño de la muestra. Selección del tipo de muestra.

La selección de la muestra se hizo de forma No Probabilística, por conveniencia, es decir, afiliados a la cámara de comercio, y por cuota, reflejando el sector económico al cual pertenecen.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizo la formula base del cálculo estadístico de poblaciones finitas $n= (Z^2/4E^2)/(1+Z^2/N*4E^2)$,lo cual dio como resultado realizar 60 encuestas como mínimo.

La muestra para la aplicación de las encuestas fue calculada tomando en cuenta un nivel del 90 % de confianza (Z) y 10 % de error (E).

La Cámara de Comercio e Industrias de Caroní al mes de Mayo del 2004 tiene un total de 443 afiliados, personas jurídicas domiciliadas en Puerto Ordaz principalmente y San Fèlix, y sectorizadas como sigue: (TABLA N° 2 Sectores económicos/ Cuota).

TABLA N° 2

Sectores Económicos /Cuota

SECTOR ECONÓMCO	% DEL TOTAL
Comercio	35 %
Servicios	23 %
Industria	10 %
Construcción	9 %
Telecomunicaciones	7 %
Educación y Salud	7 %
Transporte	4 %
Agroindustria	4 %
Gobierno	1 %

Como se observa la mayor concentración de empresas afiliadas a la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní, se encuentra ubicada en el sector comercial, el cual representa un 35% , seguido por el sector servicios con un 23%, y un 10% en el sector industrial, lo que refleja en estos 3 sectores se agrupan el 77% de las empresas que integran este órgano gremial, quedando un 23% que representan el resto de los sectores.

Como resultado de esta distribución se aplicaron 60 encuestas, distribuidas por sector económico de acuerdo a la ponderación respectiva dentro del total de afiliados a la Cámara de Comercio e Industrias del Municipio de Caroní. (TABLA N° 3 Sector Económico /Encuestas aplicadas)

TABLA N° 3

Sectores Económicos /Encuestas Aplicadas

SECTOR ECONÓMICO	NÚMERO DE ENCUESTA POR SECTORES
Comercio	21
Servicios	14
Industria	6
Construcción	6
Telecomunicaciones	4
Educación y Salud	4
Transporte	2
Gobierno	1
Agroindustrial	2
Total de Encuestas	60

De un total de 60 encuestas aplicadas a las empresas seleccionadas, 21 encuestas se aplicaron a empresas del ramo comercial, ya que representan un sector vital para la continuidad de este

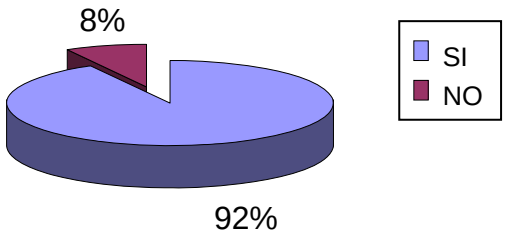
ente institucional, seguido por 14 encuestas aplicadas al sector servicios el cual también cuenta con un número significativo de empresas afiliadas, y por último se aplicaron 25 encuestas al resto de los sectores económicos.

CAPITULO 3

ANÁLISIS DE LOS DATOS Y RESULTADOS

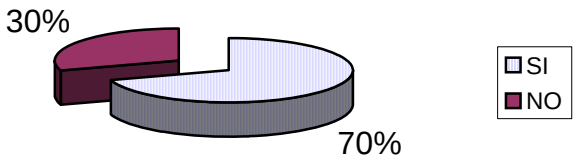
Preguntas y resultados de las Encuestas Aplicadas

1. ¿Sabe UD. Que la Cámara de Comercio de Caroní, cuenta con una nueva sede, desde el año 2003?



Conclusiones: Los resultados arrojan que un 92%, de los afiliados encuestados están en conocimiento de la ubicación de la nueva sede de la Cámara de Comercio, mientras un 8% manifiesta una respuesta negativa.

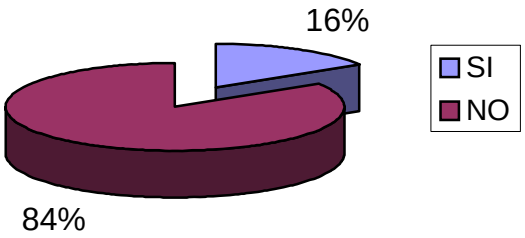
2. ¿Considera UD. Que la nueva sede de la Cámara, satisface sus requerimientos como afiliado.?



Conclusiones: Los resultados reflejan un 70% de los afiliados coinciden en alto grado de satisfacción con la ubicación de la nueva sede de la Cámara de Caroní, con un porcentaje de un 30% quienes manifiestan no estar de acuerdo con la ubicación.

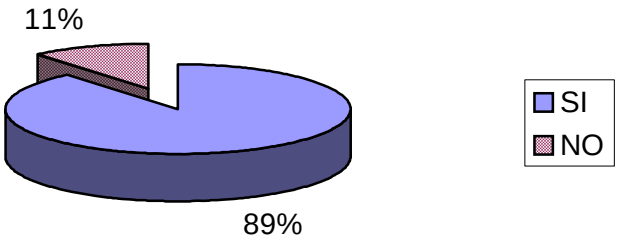
3. ¿Podría UD. Indicarme si Camcaroní cubre los siguientes aspectos?

REPRESENTATIVIDAD ANTE ORGANISMOS PÚBLICOS



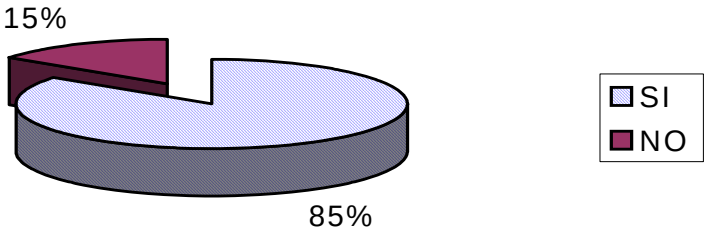
Conclusiones: El 84% de los afiliados manifiestan no estar representados ante los organismos públicos por la institución, mientras un 16% respondió de manera positiva.

REPRESENTATIVIDAD ANTE ORGANISMOS PRIVADOS



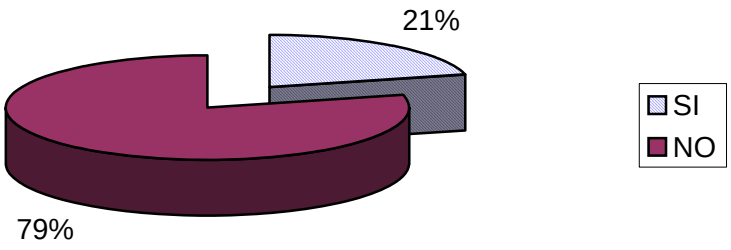
Conclusiones: El 89% de los afiliados manifiestan estar representados ante los organismos privados por la institución, mientras un 11% respondió de manera negativa.

VOCERÍA PÚBLICA



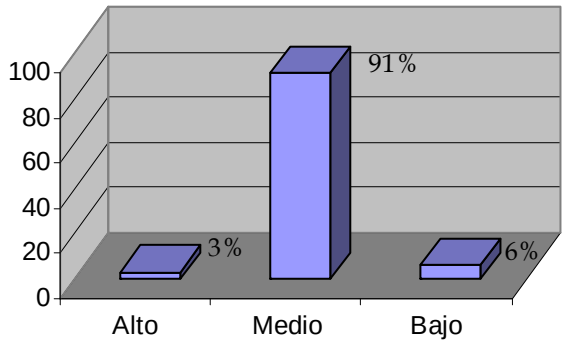
Conclusiones: El 85% de los afiliados reconocen la necesidad de incrementar el nivel de vocería pública, a fin de divulgar y sentar posición sobre los problemas del sector empresarial, mientras un 15% respondió de manera negativa.

DEFENSA DE LOS INTERESES DE LOS AFILIADOS



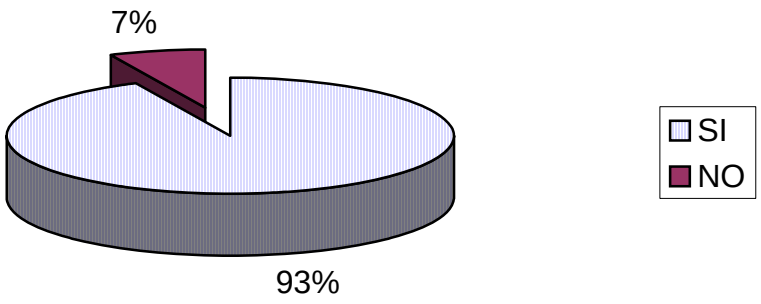
Conclusiones: El 79% de los afiliados manifiestan que no son defendidos sus intereses por la institución, mientras un 21% respondió de manera positiva.

4.- ¿Considera UD. Que el aporte bimensual que realiza a Camcaroní es?:



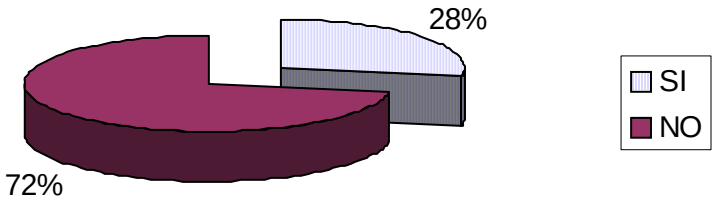
Conclusiones: Los resultados arrojan que el 91% de afiliados encuestados ubican el aporte en un nivel medio (Aporte Actual Bs. 30.000,00.)

5. ¿Considera UD. Que recibe una retribución adecuada por ese aporte bimensual ?



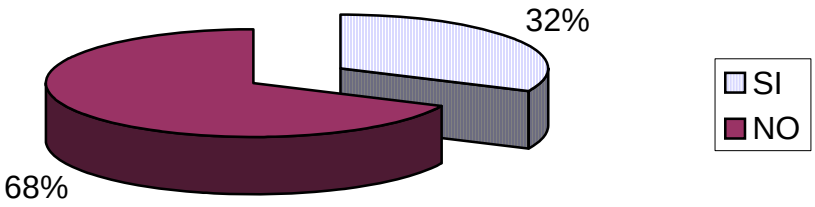
Conclusiones: Los resultados arrojan que el 93% de los afiliados consideran el aporte acorde con la retribución recibida.

6.- ¿Esta UD. En conocimiento de las actividades que realiza Camcaroní?



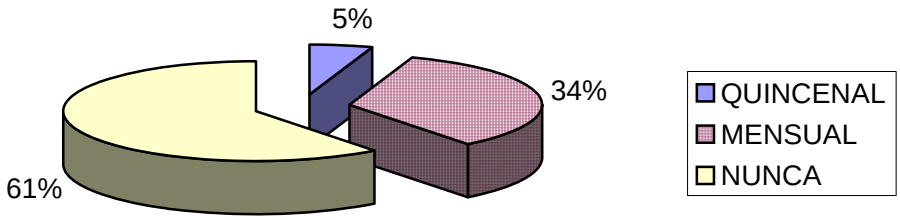
Conclusiones: Los resultados arrojan que el 72% de los afiliados desconocen las actividades que se realizan en la Institución, mientras un 28% manifiestan estar informados de las mismas.

7.- ¿Recibe UD. El Camcaroní Reporta?



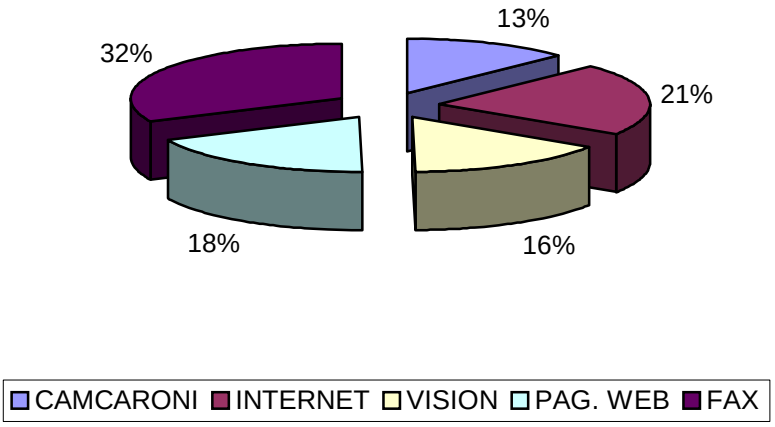
Conclusiones: El 68% de los afiliados no recibe el Camcaroni Reporta, mientras un 32% si lo recibe.

8.- ¿Con cual frecuencia recibe el Camcaroní Reporta?



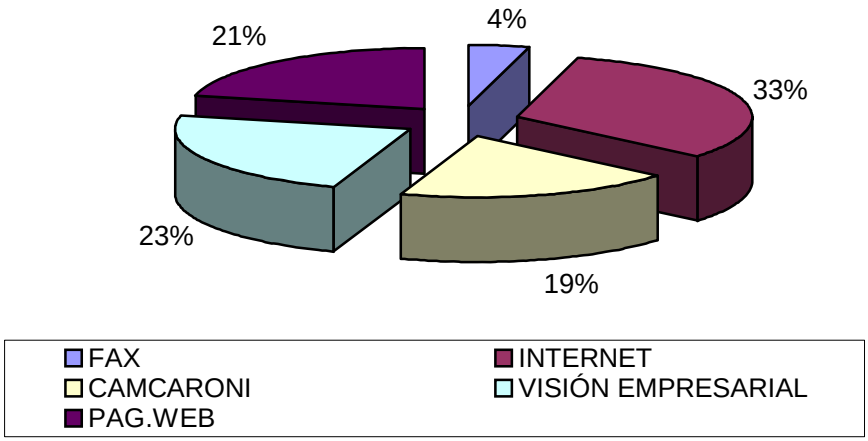
Conclusiones: El 61% de los afiliados nunca recibe el Camcaroni Reporta, mientras un 34% lo recibe mensual, por último solo un 5% lo recibe quincenalmente.

9.- ¿ Podría UD Indicarnos los medios por los cuales recibe información de las actividades que realiza Camcaroní?



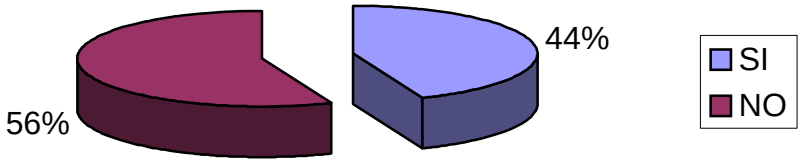
Conclusiones: Los resultados arrojan que el medio más usado para enviar la información por esta Institución es vía Fax, con un 32%, seguido de la Revista Visión Empresarial con un 21%.

10-¿ Por cual medio prefiere recibir la información de Camcaroní?



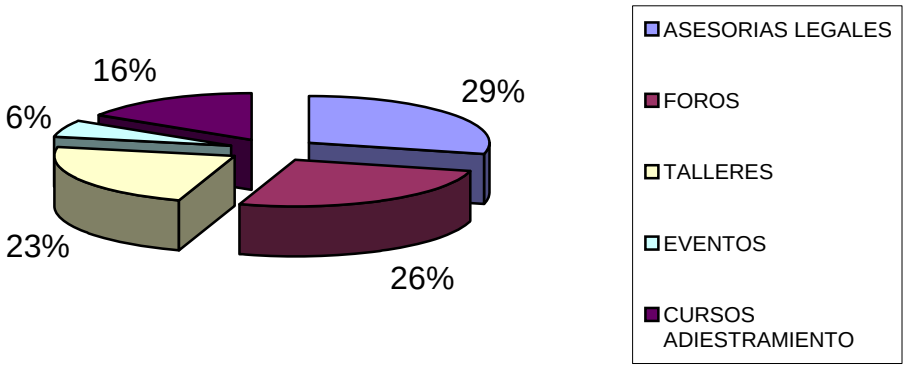
Conclusiones: El 33% de los afiliados prefieren recibir la información vía Internet, y como segunda opción con un 23% vía la Revista Visión Empresarial.

11.-¿ Cree UD. que Camcaroní representa los intereses del sector empresarial en la región?.



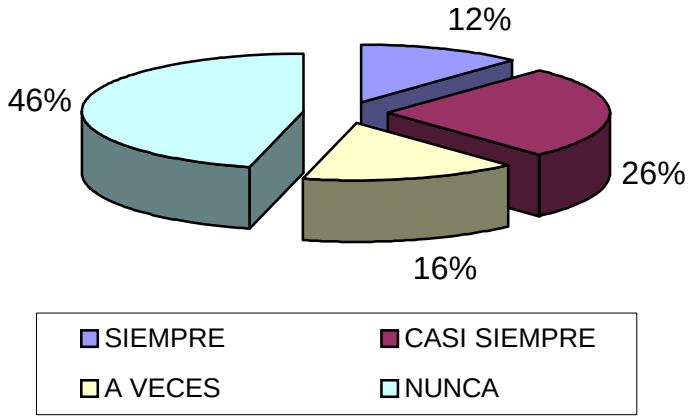
Conclusiones: El 56% de los afiliados coinciden en que la Institución no representa sus intereses.

12.-¿En cuales de las siguientes actividades participa usted en la actualidad?



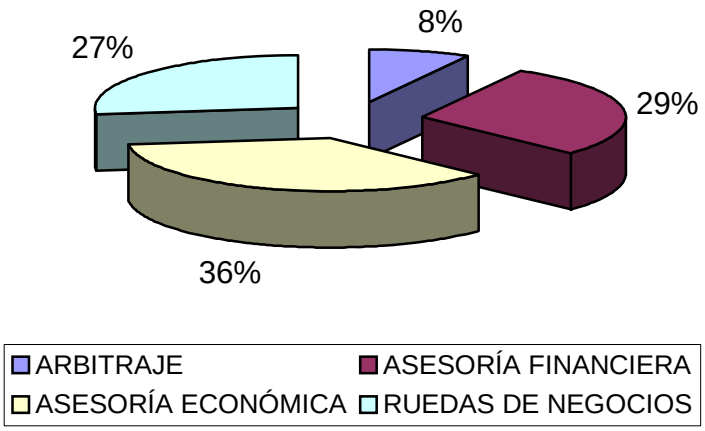
Conclusiones: El 29% de los afiliados participan en las asesorías legales, promovidos por Camcaroní, seguido por un 26% y 23% que participan en foros y talleres.

13.-¿Con que frecuencia participa?



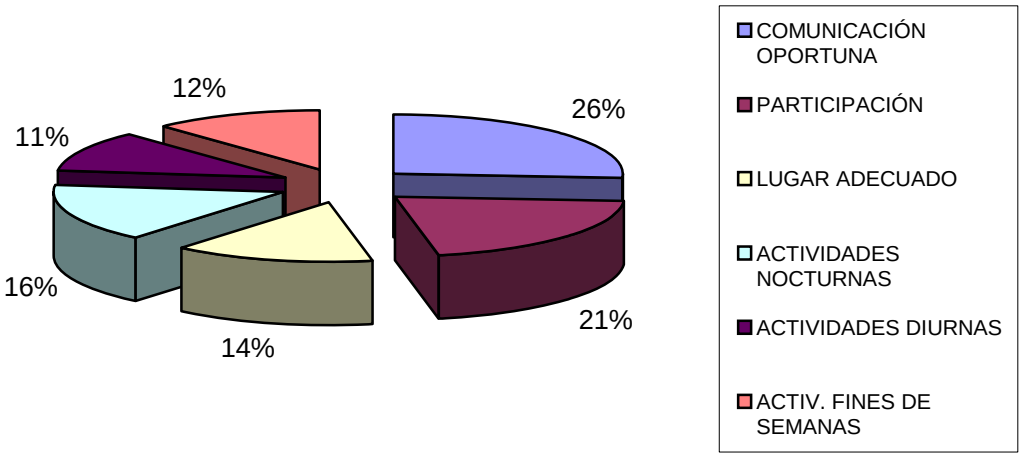
Conclusiones: El 46% de los afiliados no participa en las Actividades de la Cámara, seguido de un 26% que lo hace casi siempre sin regularidad.

14.-¿Cuáles de las siguientes actividades considera usted debe incorporar?



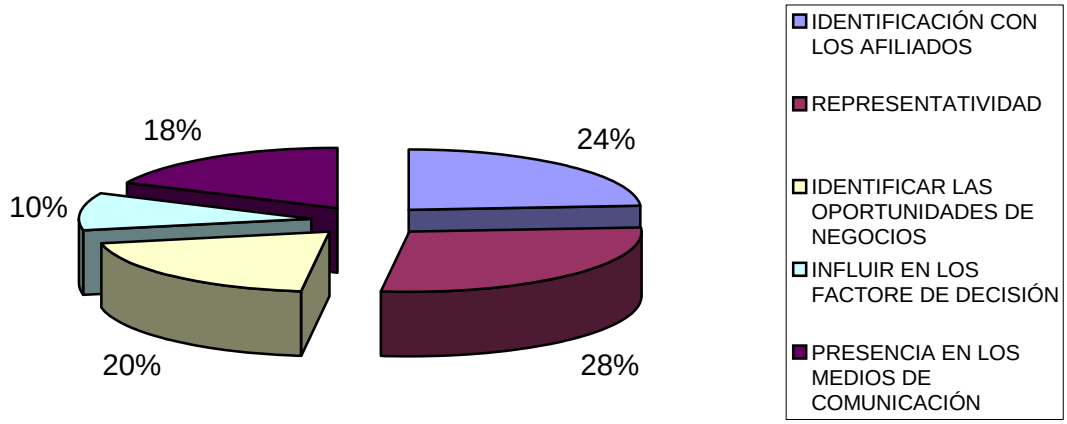
Conclusiones: El 36% de los afiliados considera que la Asesoría Económica, seguido por un 29% Asesorías Financieras.

15.-¿Qué factores cree usted repercutirían en una mayor participación de los afiliados en las actividades de Camcaroní?



Conclusiones: El 26% de los afiliados considera que la Comunicación oportuna, seguido por un 21% que coinciden en la participación en la toma de decisiones.

16.-¿De los siguientes factores cuales considera usted hace a una Cámara exitosa?



Conclusiones: El 28% de los afiliados considera la Representatividad, seguidos por un 24% por la identificación con los afiliados.

CONCLUSIONES

Una vez finalizada la recolección y tabulación de la información reorganizada, se desarrollo el análisis de los datos. Para finalmente, emitir una opinión general razonada de los resultados, los cuales son presentados a continuación:

- ✓ Los afiliados a la Cámara conocen y están satisfechos con la nueva sede donde está ubicada, la cual aporta valor a las actividades que realiza.
- ✓ Los afiliados se sienten representados por la Cámara, ante los Organismos Privados, sin embargo, reconocen la situación que ha afectado la representatividad ante organismos públicos, lo cual se convierte en un punto estratégico fundamental para satisfacer a la base de afiliados.
- ✓ El nivel de Representación de los intereses del sector empresarial, lo califican en un nivel medio.
- ✓ Reconocen la necesidad de incrementar el nivel de vocería pública, a fin de divulgar y sentar posición sobre los problemas del sector empresarial.
- ✓ El aporte que hace el afiliado como cuota bimensual por pertenecer al gremio, es considerado medio, con tendencia a bajo.
- ✓ Los afiliados reconocen que existen actividades desarrolladas por la cámara de las cuales no están debidamente informados, determinándose un nivel bajo de recepción del Camcaroní reporta
- ✓ Los afiliados reciben la información de la Cámara principalmente por Fax y Revista Visión empresarial, en la preferencia del medio para recibir la información, identifican o Internet, Camcaroní Reporta (via internet), Revista Visión Empresarial, Radio, Página Web.

- ✓ La participación de los afiliados a las actividades que desarrolla la cámara se identifica sólo hacia los rubros: Foros, talleres, Cursos y Eventos.
- ✓ Identifican actividades que deben ser incorporadas a la Gestión del ente gremial que los representa en los ítems: Identificación de Oportunidades de Negocios, Información y Promoción de Ruedas de Negocios y Misiones Comerciales, Centro de Arbitraje y Asesoría Económica.
- ✓ Señalan que el nivel de participación en las actividades se incrementaría, si existiera una comunicación oportuna de las mismas, con actividades en horario nocturnos

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados del Plan de Investigación para determinar el grado de satisfacción de los Afiliados de la Cámara de Comercio de Caroní al primer semestre del año 2004, y en pro de incrementar ese grado de satisfacción, hemos diseñado las siguientes recomendaciones incorporando adicionalmente sugerencias de parte de los propios afiliados para mejorar la funcionalidad y servicio prestado por el ente gremial, a corto y mediano plazo, ya que entendemos las limitaciones de recursos y personal de este tipo de instituciones.

Siendo la percepción de la cuota cancelada por el afiliado media-baja, permite a la organización gremial contar con un rango adicional de ingresos a los cuales podría acceder, sin embargo se recomienda previamente incorporar mejoras perceptibles en los ítems identificados necesarios para su satisfacción.

COMUNICACIÓN CON LOS AFILIADOS

- ✓ Establecer estrategias para mejorar la comunicación con el afiliado, en relación a la información de las actividades que realiza la cámara en pro de sus agremiados. Se recomienda establecer una comisión de seguimiento a la efectiva recepción de la información por parte de los afiliados, ya que constituye un punto relevante en el nivel de conocimiento de la actividad gremial y por ende de su nivel de satisfacción con respecto al ente que los representa.
- ✓ Implementar la comunicación vía Internet con los Afiliados
- ✓ Minimizar el uso de Fax con los afiliados, ya que se evidencia la baja efectividad de este medio.
- ✓ Ampliar la información de los afiliados en la página Web
- ✓ Diseñar estrategias relación con el sector político gubernamental-legislativo en el ámbito regional/ estadal

PARTICIPACION DE LOS AFILIADOS

Desarrollar estrategias a fin de incrementar la participación de los afiliados actividades como: Jornadas, Comisiones de trabajo, Reuniones Sectoriales, Directorios Externos.

- ✓ Definir un coordinador y sub coordinador por sector económico representado en la Cámara, a fin de atender de manera mas expedita y personalizada los problemas sectoriales, generar estrategias para la solución de los problemas.
- ✓ Invitar a los afiliados a participar en las comisiones de trabajo y lograr la incorporación de al menos 1 afiliado por comisión, tomando en cuenta el sector al cual pertenecen.
- ✓ Diseñar Eventos de integración entre los Afiliados
- ✓ Enfoque hacia la comunidad

SERVICIOS A LOS AFILIADOS

- ✓ Comunicar a los afiliados la existencia de servicios a los cuales ya pueden acceder
- ✓ Establecer para los afiliados servicios incorporados a partir de la nueva sede, como Biblioteca Económica, disposición de salones para reuniones de su empresa.
- ✓ Establecer comisiones de asesoría permanente, en lo tributario, económico y financiero. A largo Plazo emitir o promover la emisión por parte de los entes responsables de Estadísticas regionales (Habitantes, empleo, sueldo) y de Informes trimestral económico de la región
- ✓ Definir y Promover convenios que establezcan beneficios para los afiliados por ejemplo, con la Banca , Líneas Áreas, Restaurantes, comercio de bienes y servicios, etc.
- ✓ Reforzar las visitas personalizadas

FORMACION Y CAPACITACION A LOS AFILIADOS

Como ya existe la comisión de formación al afiliado, y se identifica una preferencia por participar en los rubros de formación y actualización, recomendamos evaluar semestralmente las necesidades de formación de las empresas afiliadas a fin de ser incorporadas en el plan semestral y anual de actividades.

Los afiliados identificaron la necesidad de los siguientes talleres:

- ✓ Talleres de Comercialización / Atención al cliente para empleados
- ✓ Diseño de manuales de procedimientos para iniciar un negocio**.**

Como se vio anteriormente, lo fundamental es defender los intereses de los afiliados del ente gremial, en pro de beneficios hacia el colectivo empresarial y la comunidad, sin embargo es importante que se considere hacer inversiones para mejorar los canales de comunicación los cuales incrementaría la participación de los agremiados , y por consecuencia el órgano institucional proyectaría una mayor presencia en el ámbito regional y nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Revistas Editadas por la Cámara de Comercio de Caroní, Años 1998,2002, 2003 y 2004.

2. Estatutos Vigentes Cámara de Comercio de Caroní.

3. Listado de Afiliados a Camcaroní, clasificados por Sector, Mayo 2004.

4. TOMAS KINNER Y JAME TAYLOR, “Investigación de Mercados”, Editorial Mac Graw Hill 1989.

5. GÓMEZ, MIGUEL ANGEL. “Manual para la elaboración del trabajo Especial de Grado para optar al título de Especialista”, UCAB- Área Gerencia, 2001 (No publicado).

6. SCHMELKES, CORINA. “Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (tesis)”, Editorial Harla (México), 1998.

7. KOTLER, P. - "Fundamentos de mercadotecnia" - Prentice Hall – México - 4º ed. 1998.

8. LAMBIN, J. J. - "Marketing Estratégico", Mc. Graw Hill – México - 3º ed. 1995.
9. McCARTY, E. – PERREAULT, W. - "Fundamentos de la Comercialización", Irwin – Madrid – España - 11º ed. 1996.
10. PORTER, Michael – "Estrategia Competitiva" –Rei Argentina SA – Buenos Aires – Argentina – 2º ed. 1992.
11. KANUT, Leslie y SHIFFMAN, Leon. – "Comportamiento del Consumidor" – Prince-Hall Hispanoamericano S.A. – México –5° Ed. 1997.

CONSULTAS ELECTRÓNICAS

- ✓ Cámara de Comercio e Industrias del Municipio Caroní: www.camcaroní.com

TABLA DE ANEXOS

Anexo N° 1

Preguntas de la Entrevistas en Profundidad

Anexo N 2

Formato Consolidación de los resultados de las Entrevistas en Profundidad

Anexo N° 3

Modelo de Encuesta aplicada

Anexo N°4

Formato Tabulación de las Encuestas

Anexo N° 5

Listado de Empresas Afiliadas seleccionadas de la Cámara de Comercio de Caroní.

Anexo N° 1

Preguntas de las Entrevistas en Profundidad

1. ¿Podría UD. indicarme según su opinión las necesidades de los afiliados satisfechas actualmente por CamcaronI ?
2. Podría UD. indicarme las necesidades de los afiliados no satisfechas actualmente de Camcaroní?
3. Podría UD. indicarme la percepción que tiene entre el aporte mensual del afiliado a Camcaroni en relación al valor agregado
4. Podría UD. darme su opinión sobre la frecuencia y efectividad de la información recibida por los afiliados a Camcaroní ?
5. Esta UD. en conocimiento de las actividades que realiza Camcaroni?
6. Qué grado de aceptación UD. cree tiene actualmente Camcaroní como ente representativo de los intereses del sector empresarial en la Región ?
7. Qué factores cree UD. repercutirían en una mayor participación de los afiliados a las actividades de Camcaroní?
8. Podría UD. identificar los factores que hacen que una Cámara de Comercio sea exitosa ?

Anexo N 2

Formato Consolidación de los resultados de las Entrevistas en Profundidad

RESULTADOS ENTREVISTAS				
PREGUNTA	**RG**	**MR**	**PU**	**JP**
1. Podría UD. indicarme según su opinión las necesidades de los afiliados satisfechas actualmente por Camcaroní.	sede-espacio fìsico mejora en la comunicaciòn	actualizaciòn tributaria espacio fìsico e insfraestructura baja cuota de afiliaciòn	tener un organo donde hacer los planteamientos	ninguna
2. Podría UD. indicarme las necesidades de los afiliados no satisfechas actualmente por Camcaroní.	representatividad comunicaciòn informacion y asesoria inmediata voceria en problemas municipales, electricidad, agua,seniat,aseo,etc	gestion de la problemática municipal comunicación directa con el afiliado	voceria de los problemas ante organismos competentes marcar pautas falta representatividad sectorial asesoramiento permanente	representatividad ante los organismos municipales representacion ante los organos gremiales regionales baja participaciòn ente organismos cùpula acciones en defensa de los afiliados
3. Podría UD. Indicarme la percepción que tiene entre el aporte mensual del afiliado a Camcaroní en relación al valor agregado que recibe por el.	cuota baja, colaboraciòn	cuota baja, sin embargo no conocen detalladamente el destino y la gestiòn de la camara	aporte bajo en cuanto a lo que recibe, pero no es el nivel adecuado ni de aporte ni de valor agregado	poco el aporte, pero no se puede exigir mas sin elevar la retribuciòn
4. Podría UD darme su opinión sobre la frecuencia y efectividad de la información recibida por los Afiliados a Camcaroní.	no es oportuna y frecuencia irregular	frecuente pero no llega con efectividad	no hay informacion fluida y constante	muy poca baja frecuencia y nada efectiva
5. Esta UD en conocimiento de actividades que realiza Camcaroní.	si	si	muy poco	algunas y en ocasiones ninguna
6. Qué grado de aceptación UD cree tiene actualmente Camcaroní como ente representativo de los intereses del sector empresarial en la Región.	baja	medio	baja	baja

Anexo N° 3

Modelo de Encuesta aplicada

ENCUESTA

La siguiente Encuesta tiene como finalidad medir el grado de satisfacción del afiliado de la Cámara de Comercio e Industrias de Caroní- Camcaroní y las oportunidades de mejora del servicio a nuestros afiliados.

1. Cual es el nombre de la empresa que UD representa

2. Nombre del representante

3. Actividad económica que desarrolla la empresa que representa. Sector _____

4. Numero de empleados
Menor o igual a 5 _____
Entre 5 y 20 _____
Mayor a 20 _____

5. Sabe UD. Que la Cámara de Comercio de Caroní, cuenta con una nueva sede, desde el año 2003.
Si _____
No _____

6. Considera UD. Que la nueva sede de la Cámara, satisface sus requerimientos como afiliado.

Si _____
No _____

Si su respuesta es Negativa, indique el porque:_____

7. Podría UD. Indicarme si Camcaroní cubre los siguientes aspectos

Representatividad ante los organismos gubernamentales Si___ No ___
Representatividad ante los organismos privados Si___ No ____
Vocería Pública Si___ No ____
Defensa de los intereses de los afiliados Si___ No ____

8. Considera UD. Que el aporte bimensual que realiza a Camcaroní es
   Alto _____
   Medio _____
   Bajo _____

9. Considera UD. Que recibe una retribución adecuada por ese aporte bimensual.

   Si _____
   No _____

10. Esta UD. En conocimiento de las actividades que realiza Camcaroní

    Si _____
    No _____
    Algunas veces _____

11. Recibe UD. El Camcaroní Reporta

    Si _____
    No _____

12. Con cual frecuencia recibe el Camcaroní Reporta

    Semanal _____
    Quincenal _____
    Mensual_____
    Frecuencia irregular _____
    No la recibe _____

13. Podría UD indicarnos los medios por los cuales recibe información de las actividades que realiza Camcaroní

    Fax Si___ No ____
    Prensa Si___ No ____
    Internet Si___ No ____
    Camcaroní Reporta Si___ No ____
    Revista Visión Empresarial Si___ No ____
    Teléfono Si___ No ____
    Radio Si___ No ____
    Televisión Si___ No ____ Otros Indique _____

14. Por cual medio prefiere recibir la información de Camcaroní

    Fax Si___ No ____
    Prensa Si___ No ____

Internet Si___ No ____
Camcaroní Reporta Si___ No ____
Revista Visión Empresarial Si___ No ____
Teléfono Si___ No ____
Radio Si___ No ____
Televisión Si___ No ____
Pagina Web Si___ No ____ Otros Indique _____

15. Cree UD. Que Camcaroní representa los intereses del sector empresarial en la Región

    Si _____ En que grado Alto _____ Medio _____ Bajo___
    No _____

16. En cuales de las siguientes actividades participa UD en la actualidad

    Asesorîas Legales y tributarias _____
    Foros _____
    Talleres _____
    Eventos _____
    Cursos de Adiestramiento _____
    Jornadas de Salud _____
    Ayudas Sociales _____
    Comisiones de Trabajo _____
    Otros Indique _____
    Ninguno _____

17. Con que frecuencia participa

    Siempre _____
    Casi siempre _____
    Ocasionalmente _____
    Nunca _____

18. Cuales de las siguientes actividades considera UD. Debe incorporar Camcaroní

    Ruedas de Negocios _____
    Asesorìa Económica _____
    Asesoria Financiera _____
    Arbitraje _____
    Otros Indique _____
    Ninguno _____

19. Que factores cree UD. Repercutirían en una mayor participación de los afiliados en las actividades de Camcaroní

    Comunicación oportuna _____
    Participación en la toma de decisiones _____
    Lugar adecuado _____
    Actividades Diurnas _____
    Actividades Nocturnas _____
    Actividades Fines de Semana _____

20. De los siguientes factores cuales considera UD hace a una Cámara exitosa

    Representatividad _____
    Identificar Oportunidades de Negocios _____
    Influir en los factores de decisión _____
    Presencia permanente en medios de comunicación _____
    Identificación con los afiliados _____
    Otros Indique _____

Si Ud tiene alguna sugerencia para mejorar la funcionalidad y /o servicio prestado por la Camara de Comercio de Caronì, por favor indicuela a continuación.

_____
_____
_____
_____
_____

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO N°4

FORMATO CONSOLIDACIÓN DE DATA DE LAS ENCUESTAS

TABULACION DE ENCUESTAS

		COMERCIO	SERVICIOS	INDUSTRIA	SALUD	CONST.	TRANSP.
NRO DE ENCUESTAS POR SECTORES		21	14	6	4	8	3
PREGUNTAS DE LA ENCUESTA							
4. Numero de empleados							
Menor o igual a 5		2	7				
Entre 5 y 20		9	7	2	4	6	1
Mayor a 20		10		4		2	2
5.Sabe UD. Que la Cámara de Comercio de Caroní, cuenta con una nueva sede, desde el año 2003.							
	Si	21	13	6	4	6	1
	No		1	0		2	2
6. Considera UD. Que la nueva sede de la Cámara, satisface sus requerimientos como afiliado.							
	Si	21	12	6	4	6	3
	No		2	0		2	
7. Podría UD. Indicarme si Camcaroní cubre los siguientes aspectos							
Representatividad ante los organismos gubernamentales							
	Si	18	12	4	2	8	3
	No	3	3	2	2		
Representatividad ante los organismos privados							
	Si	18	12	4	4	8	3
	No	3	2	2			
Vocería Pública							
	Si	18	12	5	4	5	3
	No	3	2	1		3	
Defensa de los intereses de los afiliados							
	Si	18	11	4	3	4	3
	No	3	3	2	1	4	
8. Considera UD. Que el aporte bimensual que realiza a Camcaroní es							
	Alto		3				
	Medio	18	9	5	4	8	3

9. Considera UD. Que recibe una retribución adecuada por ese aporte bimensual.							
	Si	18	11	5	4	8	3
	No	3	3	1			
10. Esta UD. En conocimiento de las actividades que realiza Camcaroní							
	Si	3	8	2	2	4	3
	No	16	6	4	1	4	
	A veces	2			1		
11. Recibe UD. El Camcaroní Reporta							
	Si	4	4	2		1	3
	No	17	10	4	4	7	
12. Con cual frecuencia recibe el Camcaroní Reporta							
	Semanal						
	Quincenal						
	Mensual	4	9	2		1	3
	Nunca	17	5	4	4	7	
13. Podría UD indicarnos los medios por los cuales recibe información de las actividades que realiza Camcaroní							
Fax	Si	13	3	2	1	4	3
	No						
Prensa	Si	8	1	2		1	
	No						
Internet	Si	3	2			1	
	No						
Camcaroní Reporta	Si	15	3	2	1	1	
	No						
Revista Visión Empresarial	Si			2		1	
	No						
Teléfono	Si						
	No						
Radio	Si						
	No						
Televisión	Si						
	No						
No recibe	Si						

14. Por cual medio prefiere recibir la información de Camcaroní							
Fax	Si	18	2	2	4	6	
	No						
Prensa	Si	15				2	
	No						
Internet	Si	16	7	4	4	8	3
	No						
Camcaroní Reporta	Si	12	2	2		8	
	No						
Revista Visión Empresarial	Si	10	2	2	4	8	
	No						
Teléfono	Si						
	No						
Radio	Si	10					
	No						
Televisión	Si						
	No						
Otros /Página Web	Si	11	6	4	3	8	
	No						
15. Cree UD que Camcaroní representa los intereses del sector empresarial en la Región							
	Si	21	6	6	2	4	3
	No		3		2	4	
En que grado							
	Alto	2	1				
	Medio	18	5	6	4	8	3
	Bajo	1	3				
16. En cuales de las siguientes actividades particioa UD en la actualidad							
Asesoría Legales y Tributarias		4	7				
Foros		15	12	2	2	5	3
Talleres		14	16	4	4	6	3
Eventos		12	17	6	4	8	3
Cursos de Adiestramiento		14	7	2	1	3	
Jornadas de Salud		4	3				
Ayudas Sociales		3	7		1		
Comisiones de Trabajo							
Otros Indique							