

Resultados del programa Global Tech

Capacitación y asistencia técnica para la exportación de servicios tecnológicos

Javier Peña Capobianco



Índice

| | |
|---|---|
| Acrónimos..... | 3 |
| Presentación | 4 |
| Resultados y evaluación del programa..... | 6 |

Acrónimos

| | | |
|-------------|---|--|
| AAICI | : | Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional |
| AGCS | : | Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios |
| ALES | : | Asociación Latinoamericana de Exportadores de Servicios |
| CEPAL | : | Comisión Económica para América Latina y el Caribe |
| CITEC | : | Cámara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana |
| Clúster TEC | : | Clúster de Tecnología de Quito |
| CONQUITO | : | Agencia de Promoción Económica de Quito |
| FODA | : | Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas |
| PROCOMER | : | Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica |
| ProChile | : | Dirección General de Promoción de Exportaciones (Chile) |
| PROMPERÚ | : | Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo |
| TI | : | Tecnologías de la Información |
| Uruguay XXI | : | Instituto de Promoción de Inversiones, Exportación de Bienes y Servicios e Imagen País (Uruguay) |

Presentación

El programa Global Tech se desarrolló entre febrero y julio de 2024, siendo organizado por CEPAL y CONQUITO, y contando con el apoyo de ALES, CITEC y Clúster TEC. Su objetivo fue el de fortalecer las capacidades de exportación de las empresas quiteñas dedicadas al área de servicios tecnológicos. Fue estructurado en tres grandes fases: la primera, destinada al diagnóstico; la segunda, centrada en una serie de instancias formativas destinadas a las empresas y a las organizaciones que forman parte del ecosistema productivo local y; la tercera, en donde se desarrolló una asistencia técnica específica destinada a la construcción de una hoja de ruta para la internacionalización.

Durante el período de inscripciones, Global Tech recibió 56 postulaciones. A continuación, las empresas postulantes fueron invitadas a utilizar la Herramienta de Autodiagnóstico de ALES¹. En base a ello, se seleccionaron las 20 firmas que presentaron los mejores resultados, para continuar en la siguiente fase del programa.

En segunda instancia, se realizó una serie de capacitaciones, que se extendieron entre mayo y julio de 2024 y que se dirigieron, por un lado, a empresas exportadoras quiteñas de servicios informáticos, las que contaron con una participación de entre 50 y 70 personas y, por el otro, a organizaciones de soporte al sector, que contó con la presencia de unos quince actores.

En los *webinars* dirigidos a las empresas se presentaron cuatro temas estratégicos que deben ser considerados a la hora de potenciar las capacidades exportadoras de las organizaciones: (i) planificación; (ii) investigación de mercados; (iii) precios y tributación, y; (iv) promoción internacional. Los encuentros cosecharon opiniones favorables de las empresas asistentes, que se mostraron satisfechas por la calidad de los *webinar*, así como también señalaron que se cumplieron con sus expectativas y que estarían abiertos a recomendar el ciclo de capacitaciones.

¹ Disponible en: <https://www.ales-lac.org/ales-survey/>



Jonathan Vargas
Country Manager de Allient

“La **capacitación** fue **excelente**, con **expositores** de **alto nivel** que cubrieron **muchos temas** que, de manera general, nos dan una **visión** de los diferentes **aspectos a considerar** para **exportar servicios**. Personalmente me queda muy presente la importancia de tener **claridad** en **qué servicio ofrecemos** y **a quién va dirigido**, lo cual facilita su **promoción y venta**”

Las capacitaciones dirigidas hacia las instituciones del sectorial, por su parte, contaron con cuatro sesiones en donde se abordaron temas claves relacionados al: contexto del comercio internacional de servicios, gobernanza, promoción internacional y tributación. Las instituciones también valoraron de manera positiva las capacitaciones ofrecidas, destacando en particular el intercambio de experiencias entre actores públicos y privados, así como el abordaje de temas como estadísticas, barreras a la exportación, tributación, costos de exportación y mecanismos de alivio y/o eliminación de la doble tributación.

La tercera y última etapa de Global Tech se articuló en dos espacios, dividiendo a las 20 organizaciones seleccionadas en función de los resultados que habían obtenido en la etapa de diagnóstico: trece de ellas fueron invitadas a participar en una entrevista en donde se les ofreció una asistencia técnica uno a uno. Las siete restantes son aquellas que alcanzaron los mejores resultados y que calificaron para la asistencia técnica específica, contando para ello con el acompañamiento de consultores expertos en la internacionalización de compañías tecnológicas.



Ernesto Kruger
CEO Fundador de Kruger Corp

“**Global Tech** nos ayudó a **encontrar nuevos insights** para abordar el **mercado internacional** y estamos **agradecidos** por ello”

Resultados y evaluación del programa

Fase I: diagnóstico

Con el objetivo de conocer su grado de madurez, se invitó a los postulantes a utilizar la Herramienta de Autodiagnóstico de ALES, la cual a través de 21 preguntas permite conocer el desempeño exportador de una firma a través de cinco ejes temáticos: empresa, análisis de mercado, servicio, *marketing* y aspectos legales y tributarios. Con base a estos resultados, se preseleccionaron las 20 organizaciones que presentaron un mejor desempeño global para pasar a la segunda fase del programa, consistente en una asistencia técnica individual destinada a identificar los principales desafíos y oportunidades para el ingreso al mercado internacional de cada una de ellas.

Los ejes donde las 20 empresas preseleccionadas presentan mayores desafíos son el 1 (empresa), 4 (marketing) y 5 (aspectos legales y tributarios). Los temas en donde se observan mayores oportunidades de mejora tienen que ver con: 1) la participación en eventos comerciales internacionales; 2) la existencia de un plan de negocios específico para la exportación; 3) la experiencia en exportación de servicios; 4) tener presente el registro de su propiedad intelectual; 5) conocer los impuestos necesarios al momento de exportar; 6) el desarrollo de una estrategia de comercialización internacional; y 7) la disponibilidad de material promocional.

La mayoría de las organizaciones preseleccionadas (75%) ya contaba con experiencia exportadora previa, siendo Estados Unidos y México los principales mercados de destino. De todas maneras, solo el 45% de estas 20 organizaciones cuenta en la actualidad con un plan de exportación. Asimismo, el 75% de estas empresas declaró haber participado en algún espacio de promoción comercial internacional, tales como ruedas de negocio, eventos o visitas comerciales.

Fase II: formación

Esta etapa del programa estuvo constituida por dos grupos de capacitaciones que se impartieron entre los meses de mayo y julio de 2024, una vinculada a las empresas exportadoras de servicios informáticos quiteñas, que contó con una participación de entre más de 50 y 70 personas, y otra destinada a las organizaciones de soporte al sector, que contó con la presencia de alrededor de quince entidades.

La primera de estas rondas de capacitación comenzó con una sesión de lanzamiento (en donde se presentaron cuestiones generales sobre la evolución del comercio de servicios informáticos a nivel mundial, regional y de Ecuador, así como aspectos relacionados con el proceso de internacionalización), continuó con cuatro sesiones de capacitación específicas y finalizó con una reunión de intercambio de experiencias y evaluación general. Estos *webinars* contaron con la participación, como invitados especiales, de Diego Passadore (en la sesión dedicada a la planificación), Andersson Parra (investigación de mercados), Verónica Peña (precios y tributación) y Chiara Tracey y Palbo Buela (promoción).



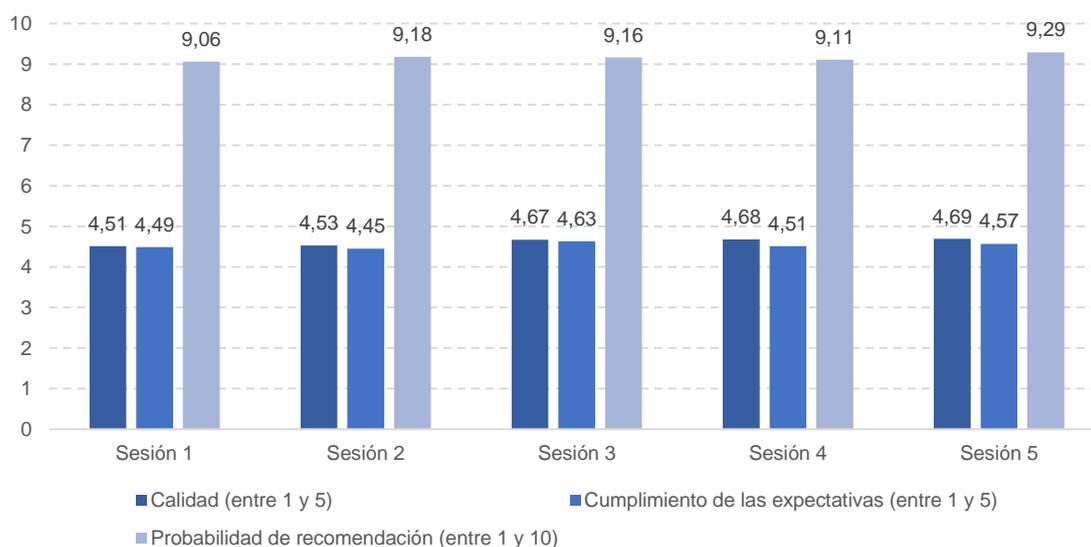
“Con este **acompañamiento** estamos **enmarcando** todo lo que se necesita para poder **pensar** en una **estrategia de ingreso a México**. Ha sido **super chévere**, de **mucho aprendizaje**. Me ha **gustado mucho** que nuestro consultor **Andersson conoce mucho el territorio mexicano**. Toda esa **información** está siendo **muy valiosa** para **considerar la forma de entrada a México**”

Juan José Vela
Gerente General de Satcom Latinoamérica

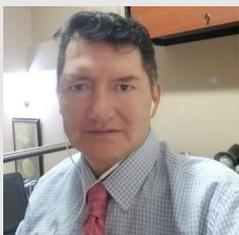
En la quinta sesión del ciclo de capacitaciones a los exportadores, los participantes realizaron una evaluación general sobre la capacitación ofrecida. Respecto a la calidad del *webinar*, las organizaciones valoraron con una calificación promedio de 4,7/5, mientras que con relación a si estas instancias habían cumplido con las expectativas de los participantes, la puntuación promedio fue de 4,6/5. Por último, consultados sobre si estarían dispuestos a recomendar este ciclo de capacitación a compañeros o amigos, los participantes se mostraron muy favorables, otorgándole a este punto una valoración de 9,3/10.

Gráfico 1

Empresas participantes de Global Tech: evaluación de la calidad percibida, cumplimiento de las expectativas y probabilidad de recomendación de las sesiones de capacitación
(En escala del 1 al 5 y del 1 al 10)



‘Fuente: Elaboración propia.



“La **calidad** ha sido **muy alta**. Los **expositores** tienen un **nivel altísimo**, y también los **compañeros** tienen un **nivel muy alto** y nosotros **podemos aprender de ellos**”

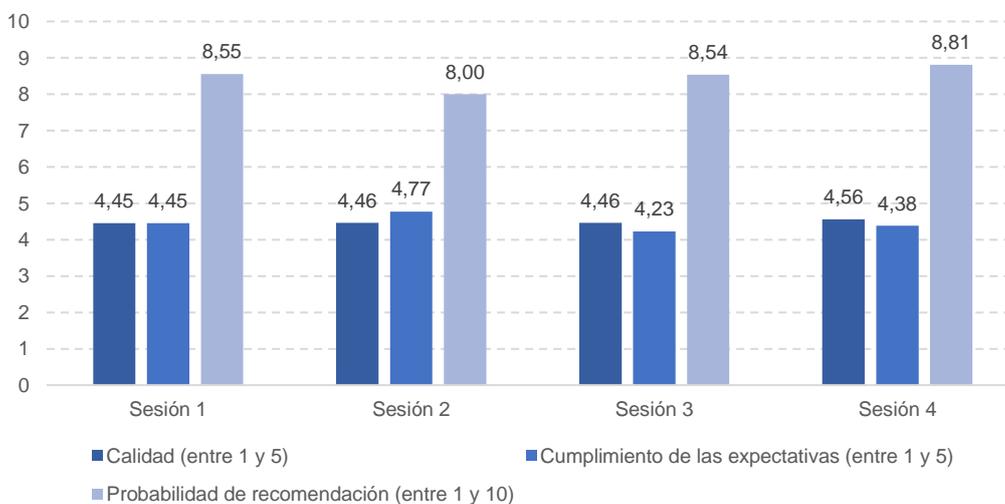
Rafael Barba
Gerente General de NGT S.A.

La segunda de las rondas, centrada en las organizaciones constó de cuatro sesiones en las que se trataron temas claves relacionados al ecosistema de servicios informáticos: contexto del comercio internacional de servicios, con énfasis en las TI, gobernanza, promoción internacional y desafíos y tributación. En estos *webinars* participaron como invitados especiales: Sylvia Grand, Presidente del Gremio de Servicios de la Cámara de Comercio de Lima (en la sesión dedicada a gobernanza) y Carlos Palloti, exSubsecretario de Servicios Tecnológicos y Productivos del Ministerio de Producción de la Nación Argentina (promoción internacional).

Las organizaciones también valoraron de manera positiva las capacitaciones ofrecidas, puntuando la calidad de las sesiones con un puntaje de entre 4,45/5 y 4,56/5. Destacaron en especial contar con este espacio para la formación, el diálogo y el intercambio de experiencias entre actores públicos y privados, así como el abordaje de temas considerados clave, entre los que se incluyen: estadísticas, barreras a la exportación de servicios digitales, tributación, mecanismos de alivio y/o eliminación de la doble tributación y costos de exportación, así como conocer de primera mano las experiencias exitosas de otros países latinoamericanos y caribeños. Asimismo, los participantes afirmaron que las capacitaciones cumplieron con sus expectativas, otorgándole a este punto una valoración de entre 4,23/5 y 4,77/5, y se mostraron abiertos a recomendar a terceras personas este ciclo de *webinars*, con una puntuación que osciló entre 8,00/10 y 8,81/10, según la sesión.

Gráfico 2

Organizaciones participantes de Global Tech: evaluación de la calidad percibida, cumplimiento de las expectativas y probabilidad de recomendación de las sesiones de capacitación
(En escala del 1 al 5 y del 1 al 10)



Fuente: Elaboración propia.



Fernando Flores
I+D+i *Coordinator* de Alfabet

“Estas **sesiones** han sido de **muy alto nivel** porque ha sido un **aprendizaje muy robusto**”

Fase III: Asistencia técnica general

Trece compañías fueron seleccionadas para la realización de entrevistas virtuales con el consultor Carlos Mendoza, destinadas a brindar retroalimentación sobre los resultados obtenidos tras la aplicación de la Herramienta de Autodiagnóstico de ALES. Doce de las tres organizaciones elegidas para recibir *feedback* participaron de las entrevistas, mientras que una de ellas, tras ser convocada en diversas oportunidades, no se presentó.

Al contar con una extensión aproximada de una hora, al comienzo de cada encuentro, se procuró conocer en profundidad qué tipo de servicios conforma el *offering* de cada organización, cuál es el segmento de clientes que atienden y cuál es su experiencia exportadora. A continuación, se repasaron los resultados del autodiagnóstico, analizando con mayor énfasis en algunos tópicos abordados en la herramienta, como mercados de destino, estrategias de entrada y métodos de fijación de precios, por ejemplo.

Tras recabar mayor información y construir un perfil más pulido de cada uno de los participantes, se ofrecieron recomendaciones que abordan cuestiones tan diversas como: mejora del material promocional y desarrollo de la imagen corporativa, investigación sobre tributación aplicable en el mercado de destino, apertura de oficinas comerciales en destino, definición de la estrategia de comercialización internacional, definición del segmento de clientes objetivo, desarrollo del plan de negocios de exportación, definición de las modalidades de cobro y desarrollo de investigaciones de mercado, entre otros.

Las entrevistas recogieron una valoración positiva por parte de las compañías participantes, quienes manifestaron que contar con el apoyo de aliados externos contribuye a identificar oportunidades de mejora con relación al proceso de internacionalización que, muchas veces, ni siquiera habían considerado con anterioridad.

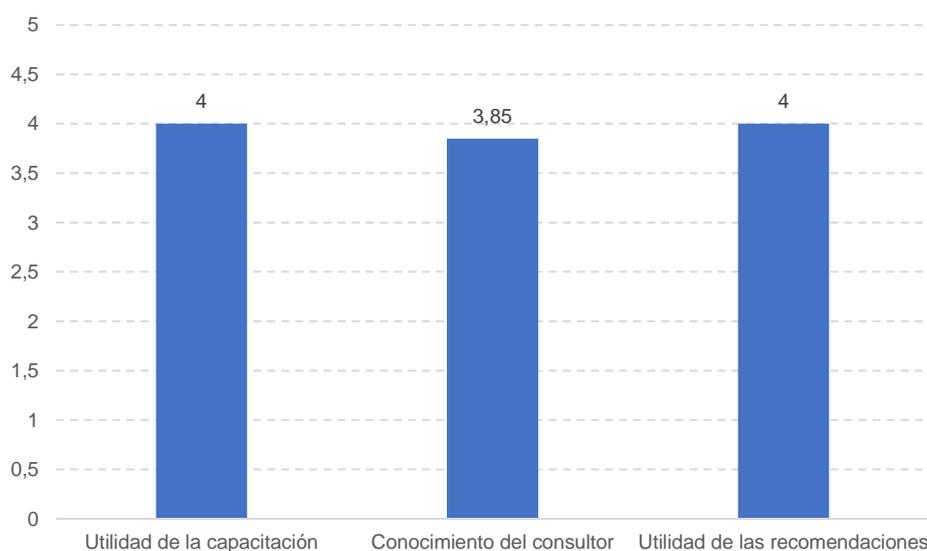


Director Ejecutivo de Proresultados

“Los **conversatorios** que hemos tenido me han parecido **espectaculares**, un **nivel estratosférico** de los **ponentes** que **aportaron muchísimo**, porque no solo era **know-how** sino que te ponían esa **vibra** que uno a veces necesita ‘**échale pa’lante**”

Además, una vez finalizadas las entrevistas, se invitó a los participantes a participar en un breve relevamiento en donde se les consultó sobre la utilidad de la capacitación, el conocimiento presentado por el consultor y la utilidad de las recomendaciones, valorando cada uno de estos puntos con una escala del 1 al 5, en donde "1" significa "nada útil" o "muy malo", en función de la pregunta, y "5" representa "muy útil" o "excelente". Así las cosas, las compañías otorgaron a la utilidad de la capacitación una puntuación promedio de 4/5, al conocimiento del consultor 3,85/5 puntos y a la utilidad de las recomendaciones 4/5 puntos.

Gráfico 3
Empresas participantes de la asistencia técnica general de Global Tech: evaluación de la utilidad de la capacitación, conocimiento presentado por el consultor y utilidad de las recomendaciones
 (En escala del 1 al 5)



Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, trabajar sobre los cuatro modos de provisión consagrados en el AGCS con el fin de facilitar el entendimiento de las distintas estrategias de entrada a los mercados internacionales y de las diferencias tributarias vinculadas a estos modos.

En segundo lugar, deben fortalecerse los conocimientos vinculados a la creación de la imagen corporativa y del material promocional para la exportación. Es importante que los materiales proyecten las fortalezas de la empresa, tales como proyectos desarrollados, principales clientes, certificaciones obtenidas, nivel académico del personal clave y pertenencia a gremiales o asociaciones empresariales, entre otras.

Por último, es importante seguir trabajando sobre las capacidades necesarias para llevar a cabo investigaciones de mercados, lo que contribuirá para que las organizaciones identifiquen los retos que implica desembarcar en un nuevo destino con los servicios que proveen.



Pablo Arteaga
Fundador de PDP Expert

“Me quedo **muy contento** con los **resultados**, hemos podido **aprender** del **sector**. Hemos **escuchado** los **desafíos** de **otras empresas**. Quedo **muy satisfecho y contento**, junto con mi **equipo** que también **participó** del **proceso**”

Fase III: Asistencia técnica específica

Esta última etapa de Global Tech contó con la participación de las siete empresas que mejores resultados obtuvieron en el diagnóstico, las que accedieron a una asistencia técnica específica con uno o más de los consultores especializados en internacionalización de compañías tecnológicas de ALES: Jorge Corral, Diego Passadore y Andersson Parra. Los primeros dos profesionales acompañaron a cuatro de las siete organizaciones participantes (empresas A, B, C y D) las que buscan ingresar en el mercado estadounidense, mientras que las tres empresas restantes (E, F y G) fueron acompañadas por Andersson Parra en su proceso de internacionalización dirigido hacia el mercado mexicano.

Cada una de las empresas participó de un proceso que se extendió durante once sesiones, las que fueron estructuradas siguiendo diez puntos clave: (i) conocer la visión general de la empresa y trazar posibles ajustes al enfoque de internacionalización; (ii) definir objetivos de internacionalización e indicadores; (iii) analizar la propuesta de valor, el modelo de negocio y las líneas de servicio con foco a la adaptación del país objetivo; (iv) analizar y orientar en el diseño del presupuesto para solventar los esfuerzos de internacionalización; (v) efectuar recomendaciones para el análisis del entorno del mercado objetivo; (vi) ofrecer orientaciones sobre el análisis de mercado y las características culturales del país de destino; (vii) analizar estrategias de entrada; (viii) orientar sobre temas normativos que limiten o faciliten al entrada al mercado de destino (acuerdos de doble tributación, impuestos, facturación, etc.); (ix) definición del plan comercial y de las estrategias de *marketing* para la incursión al mercado, y; (x) establecimiento de redes locales y relacionamiento.

Finalizadas las once sesiones, se visualizaron diversos tipos de resultados alcanzados. En el caso de la empresa A, una vez que se identificó la propuesta de valor, la oferta exportable y se analizó de manera preliminar el mercado objetivo y, con relación a este, sus potenciales competidores, se definió en conjunto la estrategia de entrada a Estados Unidos. La empresa percibió como resultado haber sido capaces de “asentar de manera ordenada la estrategia de internacionalización de la empresa, con hitos y acciones concretas por hacer”.

Con la empresa B, por su parte, se trabajó en generar una hoja de ruta concreta que bajara del plano abstracto la visión general planteada por la estrategia *go-to-market*. La empresa valoró lo que percibió como una mejora en su estrategia, así como la recepción de “más herramientas de prospección de clientes”. Además, en el contexto de esta asistencia técnica, la empresa consiguió dos posibles clientes en Estados Unidos, que se encuentran próximos a concluir las negociaciones y para las cuales recibió el apoyo del consultor a cargo. Desde la empresa afirmaron que “la consultoría [...] nos permitió estar preparados para reuniones con potenciales clientes”

Con relación a la empresa C, se vislumbran logros asociados a la evaluación y al aterrizaje de aquellas actividades que formarán parte del *offering* en Estados Unidos. Se trabajó con relación a su

propuesta de valor y a la estrategia de acceso al mercado. Desde la empresa afirman que, gracias a su participación en Global Tech “logramos evaluar y aterrizar los servicios que vamos a ofertar, así como nuestra propuesta de valor y la estrategia que debemos tomar para abarcar ese segmento de mercado”. Uno de los avances fue con relación al sitio *web*, ya que la propia empresa entendió la necesidad de actualizarlo con un diseño más alineado a las pautas comerciales del país de destino. Además, se atendió a la necesidad de presentar evidencia a los potenciales clientes estadounidenses elaborando un caso de éxito en ese mercado.

El *roadmap* de la empresa D incluye una serie de hitos destinados a potenciar las ventas en el mercado estadounidense, en donde esta compañía contaba con varios casos de éxito. Algunos de estos puntos incluyen: identificar eventos de interés, generar casos de éxito y presentar testimonios de clientes para ganar confianza, diseñar los *sales collaterals*, configurar las campañas de *outreach*, fortalecer el trabajo de la VP de *sales* en materia de alianzas, contar con un equipo bilingüe, ampliar las redes de contactos y fortalecer el *networking* con clientes latinoamericanos que sean multinacionales con *HQ* o contactos en los Estados Unidos. Algunos de los logros que se cosecharon antes de finalizada la asistencia técnica fueron la actualización del sitio *web* y la elaboración de un caso de éxito basado en un cliente reconocible en Estados Unidos.

Dentro de los logros alcanzados por la empresa E, por su parte, incluyen la generación de un plan estratégico práctico y definido con objetivos e indicadores clave para el proceso de expansión (para cual se empleó la herramienta *One Page Strategy* de la metodología *Scaling Up*), la definición de la estrategia de internacionalización, identificando tres fases que desembocan en el establecimiento de una sucursal en México, y la definición de bases del plan comercial para ese mercado. Desde esta organización apuntaron que la asistencia técnica de Global Tech les ofreció “un marco estructurado y ordenado de cómo manejar la entrada a un país”.

Mientras tanto, con la empresa F se trabajó en la alineación de la visión de la firma con la estrategia de internacionalización, definiéndola en los siguientes términos: “en cinco años esperamos convertirnos en el socio tecnológico predilecto de las organizaciones que busquen acelerar su transformación digital. Lo habremos logrado cuando tengamos el 20% de clientes de la competencia que equivale a 142 en promedio, repartidos en corporativos y clientes pequeños en México”. Además, ajustó la propuesta de valor al mercado objetivo, brindando recomendaciones respecto a cómo la empresa comunica su propuesta en *landing pages*, *brochures*, redes sociales, etc. A fin de volverlos más centrados en el cliente y entendiendo así desafíos que se van a resolver con las soluciones desarrolladas por la compañía.

Con relación a la empresa G, se identificaron tres grandes logros alcanzados gracias a la asistencia técnica. El primero de ellos se relaciona con la definición del mercado de expansión internacional. Tras emplear la herramienta de triángulo virtual de internacionalización para plantear los escenarios que, de acuerdo con los deseos, oportunidades y capacidades en el mercado peruano y mexicano podría tener la empresa, resultó Perú la opción más objetiva para ganar experiencia internacional. En segundo lugar, se diseñó un plan con objetivos e indicadores clave para el proceso de expansión al nuevo mercado. Por último, trabajó en profundidad para definir un sector de especialización que constituyera la propuesta de valor de la compañía, perfilando al logístico y de comercio exterior como el más promisorio para su proceso de internacionalización. Para esta compañía “el mayor beneficio fue la claridad y la practicidad de las herramientas que nos brindó el consultor”.

Cuadro 1
Empresas participantes de la asistencia técnica específica de Global Tech: resultados alcanzados percibidos por las compañías

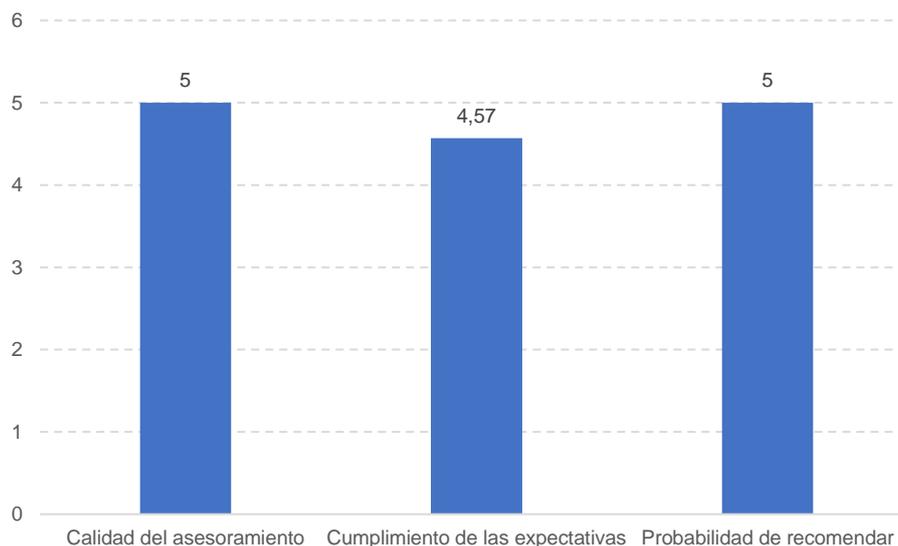
| Empresa | Mercado de destino | Resultados alcanzados |
|-----------|--------------------|--|
| Empresa A | Estados Unidos | Asentar de manera ordenada la estrategia de internacionalización de la empresa, con hitos y acciones concretas por hacer |
| Empresa B | Estados Unidos | Mejora de la estrategia <i>go-to-market</i> . Otorgamiento de mayores herramientas de prospección de clientes y preparación para futuras reuniones con potenciales clientes. Durante esta etapa cuentan con dos posibles clientes con los que se está pronto a cerrar el trato |
| Empresa C | Estados Unidos | Evaluación y aterrizaje de los servicios que conformarán el <i>offering</i> en Estados Unidos, así como de la propuesta de valor y de la estrategia de acceso al mercado. Actualización del sitio <i>web</i> y alineamiento con las pautas de Estados Unidos. Elaboración de caso de éxito |
| Empresa D | Estados Unidos | Corrección de la ruta de exportación trazada e incorporación de nuevos puntos al plan de internacionalización |
| Empresa E | México | Generación de un marco estructurado y ordenado de cómo manejar el acceso al mercado mexicano |
| Empresa F | México | Conocimiento de la complejidad del mercado mexicano en donde, a pesar de contar con operaciones en la actualidad, no dimensionaban hasta entonces la necesidad del involucramiento de todas las áreas de la empresa con el objetivo de contar con resultados tangibles |
| Empresa G | México | Concretización de los planes, adquisición de nuevas herramientas prácticas y trazado de una hoja de ruta para la exportación hacia México |

Fuente: Elaboración propia.

Las siete organizaciones valoraron de manera muy favorable su participación en la asistencia técnica ofrecida en el marco del programa Global Tech. Finalizadas las sesiones correspondientes con cada participante, se les invitó a realizar una breve encuesta, analizando la calidad del asesoramiento brindado por cada uno de los consultores que participaron en el proceso (en una escala del 1 al 5, en donde "1" significa "muy malo" y "5", "excelente), la utilidad de la asistencia técnica (en una escala del 1 al 5, en donde "1" es "nada útil" y "5", "muy útil") y las probabilidades que existen de que recomiendan este programa a un conocido o amigo (en una escala del 1 al 5, en donde "1" se traduce como "nada probable" y "5" como "muy probable"). Además, se les consultó sobre qué resultados creen haber alcanzado (a nivel personal o de la empresa) y se les preguntó si contaban con algún comentario y/o sugerencia para mejorar el asesoramiento brindado.

En este contexto, los participantes valoraron con una puntuación promedio de 5/5 a la calidad del asesoramiento brindado y con 4,57/5 puntos el cumplimiento de sus expectativas. Además, se mostraron 100% favorables a recomendar el programa Global Tech con conocidos o amigos, ya que, consultados por este punto, se brindó una calificación promedio de 5/5. Entre los comentarios ofrecidos como *feedback*, la empresa B señaló que "todo el programa de internacionalización estuvo estupendo, estuvimos ya encaminados con el registro de la compañía y un prelanzamiento al mercado, este programa nos permitió tomar en cuenta la cultura empresarial en los Estados Unidos, así como la tributación local e internacional". Desde la empresa G, por su parte, afirmaron que "la asesoría recibida fue muy constructiva y valiosa, estando alineada a nuestras expectativas y necesidades, tanto a nivel de conocimientos, herramientas, experiencias y formas de comunicar".

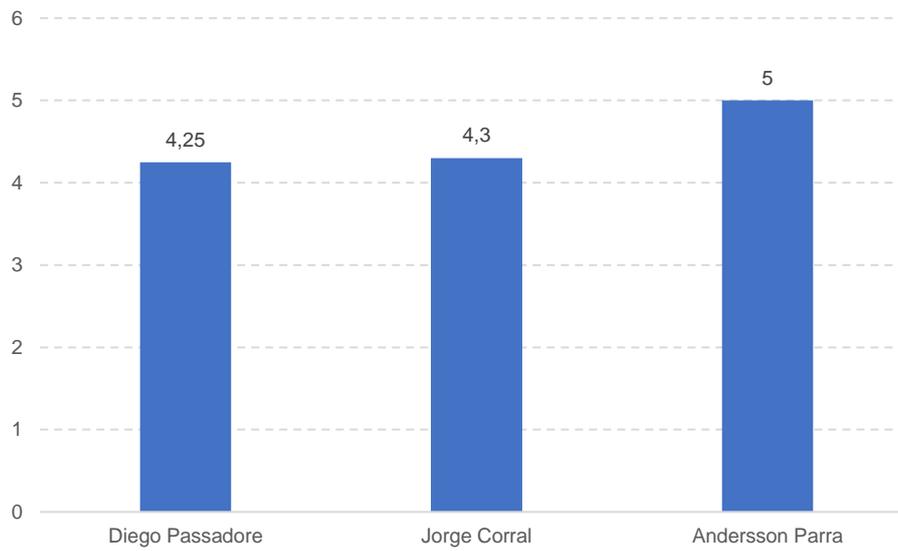
Gráfico 4
Empresas participantes de la asistencia técnica específica de Global Tech: evaluación de la calidad del asesoramiento, cumplimiento de las expectativas y probabilidades de recomendar
(En escala del 1 al 5)



Fuente: Elaboración propia.

Con relación a los consultores, estos recibieron una valoración promedio, por parte de las empresas participantes, superior a 4/5 puntos: Diego Passadore (4,25/5), Jorge Corral (4,3/5) y Andersson Parra (5/5). También recibieron comentarios concretos por parte de algunos de los participantes, que reafirman su satisfacción con los servicios recibidos. Por ejemplo, la empresa A afirmó que “nos gustó mucho el apoyo de Diego, muy concreto y enfocado a la realidad específica de nuestra compañía”, mientras que la compañía D sostuvo que “la asesoría de Diego y Jorge nos ayudó a corregir nuestro camino (...) lo cual considero valioso sobre todo proviniendo de personas que cuentan con la experiencia en la internacionalización de empresas”.

Gráfico 5
Empresas participantes de la asistencia técnica específica de Global Tech:
evaluación de la calidad de los consultores participantes
(En escala del 1 al 5)



Fuente: Elaboración propia.