

Informe final de práctica consultorio COMEX

Juan Esteban Miño Ramírez

Facultad de Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja

Mg. Esperanza Díaz Casallas

25 de Julio de 2026

1996/2026
Memoria que trasciende

Tabla de contenido

RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
PALABRAS CLAVE – KEY WORDS	8
I. INTRODUCCIÓN	8
1.1 Planeamiento del problema.....	8
1.2 Propuestas de Solución	9
II. JUSTIFICACIÓN	11
2.1 Dimensión científica y tecnológica	11
2.2 Dimensión económica.....	12
2.3 Dimensión social	13
2.4 Dimensión legal e institucional.....	13
III. PREGUNTA DE REFLEXIÓN	14
IV. CONTEXTO DEL CONSULTORIO	15
4.1 Presentación General	15
4.2 Misión	15
4.3 Visión	16
4.4 Valores corporativos.....	16
4.5 Ventaja competitiva.....	16
4.6 Posicionamiento dentro del mercado.....	17
4.7 Experiencia y antecedentes.....	17
4.8 Portafolio de servicios	18
4.9 Estructura organizacional	18
V. ANTECEDENTES.....	19
VI. DIAGNOSTICO.....	20
6.1 Recopilación de Información	21
6.1.1 Revisión y Auditoría Documental Interna:.....	21
6.1.2 Interacción y Diagnóstico Directo con Empresas:	21

1996/2026

Memoria que trasciende

6.1.3	Prospección e Intercambio Institucional:	21
6.1.4	Análisis Estratégico Organizado:	22
6.2	Matriz DOFA	22
6.2.1	Fortalezas	22
6.2.2	Debilidades	23
6.2.3	Oportunidades	23
6.2.4	Amenazas	24
6.3	Estrategias cruzadas DOFA	25
6.3.1	Estrategias FO	25
6.3.2	Estrategias DO	26
6.3.3	Estrategias FA	27
6.3.4	Estrategias DA	27
6.4	Matriz MEFE	28
6.5	Matriz MEFI	31
VII.	PROPUESTA DE MEJORA	35
7.1	Objetivo General	35
7.2	Objetivos Específicos	35
7.3	Iniciativas estratégicas	36
7.4	Metas del plan de mejora	39
7.5	Indicadores para medir los resultados del plan de mejora	40
7.6	Estrategias para implementar el plan de mejora	43
7.7	Cronograma	44
7.8	Recomendaciones	45
VIII.	INFORME GENERAL DE TRABAJO Y RESULTADOS	46
IX.	LÍNEA DE ACCIÓN: CONVENIOS CON CÁMARAS DE COMERCIO NACIONALES E BINACIONALES	47
9.1	Acciones – Actividades	48
9.1.1	Gestión con cámaras de comercio nacionales	49

1996/2026

Memoria que trasciende

9.1.2	Gestión con cámaras de comercio binacionales	50
9.2	Número de logros o acciones concretas	51
9.3	Acciones de mejora.....	52
9.4	Limitaciones o dificultades	53
9.5	Estado del entregable	53
9.6	Conclusiones	54
X.	LÍNEA DE ACCIÓN: CONSULTORÍA DE FRUTIBOY	55
10.1	Acciones - Actividades	56
10.1.1	Formulación de precios para exportación	57
10.1.2	Estrategias de negociación y promoción comercial	58
10.2	Número de logros o acciones concretas.....	59
10.3	Acciones de mejora	60
10.4	Limitaciones o dificultades	61
10.5	Estado del entregable	62
10.6	Conclusiones.....	62
XI.	LÍNEA DE ACCIÓN: CONSULTORÍA CON LA SECRETARIA DE AGRICULTURA DE LA GOBERNACIÓN DE BOYACÁ.....	64
11.1	Acciones - Actividades.....	65
11.1.1	Análisis de empresas y asociaciones regionales priorizadas:	65
11.2	Número de logros o acciones concretas	66
11.3	Acciones de mejora.....	67
11.4	Limitaciones o dificultades	67
11.5	Estado del entregable	68
11.5.1	Conclusiones	68
XII.	LÍNEA DE ACCIÓN: BASE DE DATOS CONVENIOS EMPRESARIALES PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES.....	69
12.1	Acciones - Actividades	70
12.1.1	Análisis de convenios y entidades por sector:.....	71

1996/2026

Memoria que trasciende

12.2	Número de logros o acciones concretas.....	74
12.3	Acciones de mejora	76
12.4	Limitaciones o dificultades	76
12.5	Estado del entregable	77
12.6	Conclusiones.....	77
XIII.	LÍNEA DE ACCIÓN: BASE DE DATOS DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES QUE REALIZARON PRÁCTICAS PROFESIONALES DURANTE EL PERIODO DEL AÑO 2020 HASTA EL 2026	78
13.1	Acciones - Actividades	79
13.1.1	Análisis de vinculación por sectores y entidades clave:	79
13.2	Número de logros o acciones concretas.....	81
13.3	Acciones de mejora	83
13.4	Limitaciones o dificultades	83
13.5	Estado del entregable	84
13.5.1	Conclusiones	84
XIV.	CONCLUSIONES GENERALES	85
XV.	REFERENCIAS.....	89
XVI.	ANEXOS	91
	INFORME EJECUTIVO	91
XVII.	RESUMEN EJECUTIVO.....	91
XVIII.	CIFRAS CLAVE	92
XIX.	RESULTADOS Y ESTADOS DE LAS LINEAS DE ACCIÓN.....	93
XX.	ACCIONES PRIORITARIAS	94
XXI.	CONCLUSIONES GENERALES	96

1996/2026
Memoria que trasciende

PLAN DE MEJORA – PRÁCTICAS PROFESIONALES

Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior Facultad de Negocios Internacionales
Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja 2026

RESUMEN

El presente plan de mejora fue elaborado a partir de la experiencia adquirida durante las prácticas profesionales realizadas en el Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior de la Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja. A lo largo de este proceso fue posible identificar diferentes oportunidades de mejora en las líneas de Brokerage, Empresas, Alianzas Estratégicas e Instituciones. Entre las principales situaciones encontradas se evidenció la falta de un sistema que permitiera llevar un seguimiento organizado de las empresas y aliados, la inexistencia de una programación periódica para los contactos comerciales y algunas dificultades en la gestión documental requerida para la formalización de convenios.

Con el propósito de fortalecer estos procesos, se plantean acciones como la implementación de un sistema CRM para centralizar la información, la creación de cronogramas de seguimiento para cada línea de acción, el fortalecimiento de la propuesta de valor del consultorio y la optimización del proceso de gestión documental relacionado con los convenios

1996/2026
Memoria que trasciende

institucionales. La ejecución de estas estrategias contribuirá a mejorar la organización interna, optimizar la relación con empresas e instituciones y fortalecer el papel del consultorio como un apoyo para los procesos de comercio exterior e internacionalización de organizaciones regionales y nacionales.

ABSTRACT

This improvement plan was developed based on the experience gained during the professional internship carried out at the Foreign Trade Consulting and Observatory Center of Universidad Santo Tomás, Tunja Campus. Throughout this period, several opportunities for improvement were identified in the Brokerage, Companies, Strategic Alliances, and Institutions areas. The main findings included the lack of a system to effectively track companies and strategic partners, the absence of a structured schedule for commercial follow-up activities, and challenges in managing the documentation required to formalize institutional agreements.

To address these issues, the plan proposes implementing a Customer Relationship Management (CRM) system to centralize information, establishing periodic follow-up schedules for each area of action, strengthening the consulting center's value proposition, and improving the document management process related to institutional agreements. The implementation of these strategies is expected to enhance internal organization, improve relationships with companies and institutions, and reinforce the consulting center's role as a strategic partner in

1996/2026
Memoria que trasciende

supporting foreign trade and internationalization processes for regional and national organizations.

PALABRAS CLAVE – KEY WORDS

Comercio exterior, Internacionalización empresarial, Gestión comercial, Gestión de clientes (CRM), Seguimiento comercial, Alianzas estratégicas, Relacionamento institucional, Gestión documental, Planeación estratégica, Desarrollo empresarial.

Foreign Trade, Business Internationalization, Commercial Management, Customer Relationship Management (CRM), Commercial Follow-up, Strategic Alliances, Institutional Relations, Document Management, Strategic Planning, Business Development.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Planeamiento del problema

Durante el desarrollo de las prácticas profesionales realizadas en el Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior de la Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja, fue posible analizar el funcionamiento de las diferentes actividades que se llevan a cabo dentro de este espacio de articulación entre la universidad, el sector productivo y las instituciones del entorno regional. Aunque el consultorio cuenta con diversas líneas de acción orientadas al fortalecimiento de los procesos de internacionalización, como Living La, Rueda de Negocios, Clúster, Brokerage, Empresas, Alianzas Estratégicas y Estudios de Mercado en el extranjero, se

1996/2026
Memoria que trasciende

identificaron algunos factores que pueden afectar la continuidad y consolidación de sus iniciativas a largo plazo.

A partir del seguimiento realizado a las actividades y procesos internos, se evidenció la necesidad de fortalecer los mecanismos de organización, control y seguimiento utilizados actualmente. Entre las principales oportunidades de mejora se encuentra la implementación de herramientas que permitan gestionar de manera más eficiente la información de empresas, instituciones y aliados estratégicos; la estructuración de agendas de contacto y seguimiento; la optimización de los procesos documentales asociados a la creación de convenios; y la generación de registros que faciliten la medición de resultados e impactos obtenidos por el consultorio.

De igual manera, se identificó que algunas líneas de trabajo que aún se encuentran en etapa de desarrollo, como el Living Lab, requieren la construcción de metodologías y parámetros de funcionamiento más definidos que orienten su ejecución. La ausencia de estos elementos puede generar dificultades en la continuidad de los procesos, limitar el aprovechamiento de oportunidades de cooperación y reducir la capacidad del consultorio para demostrar el valor generado mediante sus actividades de apoyo a la internacionalización empresarial y al comercio exterior.

1.2 Propuestas de Solución

Implementar **un sistema CRM institucional**: Crear una herramienta que permita organizar y centralizar la información de empresas, instituciones y aliados estratégicos,

1996/2026

Memoria que trasciende

facilitando el registro de contactos, avances, compromisos adquiridos y actividades pendientes para mejorar la trazabilidad de los procesos.

Diseñar **cronogramas de seguimiento por línea de acción**: Establecer una programación periódica de actividades y contactos para cada área de trabajo del consultorio, definiendo responsables, fechas de ejecución y objetivos específicos que permitan garantizar la continuidad de los procesos.

Estandarizar **los procesos internos y la gestión documental**: Crear formatos, protocolos y herramientas de apoyo que permitan organizar la información relacionada con convenios, contactos empresariales, actividades realizadas y resultados obtenidos, generando mayor eficiencia administrativa.

Fortalecer **la medición y seguimiento de resultados**: Implementar indicadores de gestión que permitan evaluar el impacto de las actividades desarrolladas, como empresas vinculadas, alianzas establecidas, convenios formalizados y avances alcanzados en cada línea de acción.

Establecer **una metodología para líneas de trabajo en desarrollo**: Definir procedimientos, objetivos y estrategias de funcionamiento para iniciativas como el Living Lab, con el propósito de facilitar su consolidación y asegurar su continuidad dentro del consultorio.

1996/2026

Memoria que trasciende

Impulsar **estrategias de relacionamiento institucional y empresarial**: Generar acciones orientadas a mantener una comunicación constante con empresas, cámaras de comercio e instituciones, fortaleciendo la creación de alianzas y nuevas oportunidades de cooperación.

II. JUSTIFICACIÓN

Las situaciones identificadas durante el desarrollo de las prácticas profesionales evidencian la necesidad de fortalecer los procesos internos del Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior, debido a que las dificultades encontradas no corresponden únicamente a aspectos operativos puntuales, sino a factores que pueden limitar la continuidad, organización y alcance de las estrategias desarrolladas. En este sentido, la implementación de las acciones propuestas dentro del plan de mejora representa una oportunidad para optimizar la gestión del consultorio, fortalecer sus capacidades institucionales y aumentar su contribución al desarrollo empresarial y económico de la región.

La importancia de este proceso puede analizarse desde diferentes dimensiones, considerando el impacto que generan las mejoras planteadas en la gestión del conocimiento, el fortalecimiento empresarial, la formación académica y la consolidación de relaciones estratégicas.

2.1 Dimensión científica y tecnológica

1996/2026

Memoria que trasciende

Desde una perspectiva científica y tecnológica, el fortalecimiento de los procesos de recopilación, organización y análisis de información permitirá mejorar la capacidad del consultorio para desarrollar actividades relacionadas con inteligencia comercial, seguimiento empresarial y generación de conocimiento aplicado en el área de los negocios internacionales. La incorporación de herramientas como un sistema CRM no representa únicamente una solución administrativa, sino una estrategia orientada a mejorar la gestión de relaciones comerciales mediante la centralización de datos, la segmentación de contactos y la creación de estrategias más eficientes según las características y necesidades de cada aliado. Según Santamaría et al. (2022), este tipo de herramientas contribuyen al aumento de la eficiencia organizacional y a una mejor gestión de la relación con clientes y grupos de interés. De esta manera, la implementación de metodologías de gestión modernas permitirá fortalecer los procesos analíticos del consultorio y mejorar la toma de decisiones basada en información organizada y actualizada.

2.2 Dimensión económica

En el ámbito económico, la propuesta de mejora adquiere relevancia debido al papel que puede desempeñar el consultorio en el acompañamiento de empresas regionales interesadas en procesos de internacionalización. Las debilidades identificadas en materia de seguimiento, relacionamiento y organización de información representan limitaciones para aprovechar oportunidades comerciales y fortalecer las capacidades exportadoras del tejido empresarial

1996/2026

Memoria que trasciende

boyacense. Diversos estudios han señalado que sectores productivos del departamento presentan desafíos relacionados con la gestión administrativa, comercial, logística y competitiva (Becerra y Gallardo, 2015). Por esta razón, un consultorio con procesos más estructurados puede convertirse en un facilitador estratégico para apoyar a empresas con potencial exportador, brindándoles herramientas y acompañamiento que favorezcan su preparación para acceder a mercados nacionales e internacionales.

2.3 Dimensión social

Desde la dimensión social, el fortalecimiento del consultorio contribuye a ampliar el impacto de la Universidad Santo Tomás en su entorno mediante la transferencia de conocimiento y la prestación de servicios especializados a empresas e instituciones de la región. Los espacios de extensión universitaria permiten conectar las capacidades académicas con las necesidades del sector productivo, generando soluciones aplicadas a problemáticas reales del territorio. En este contexto, mejorar la organización y continuidad de los procesos del consultorio favorece el acceso de pequeñas y medianas empresas a orientación en comercio exterior, al mismo tiempo que brinda a los estudiantes experiencias prácticas más estructuradas, relacionadas con escenarios reales de internacionalización y gestión empresarial.

2.4 Dimensión legal e institucional

1996/2026

Memoria que trasciende

Finalmente, desde la dimensión legal e institucional, la mejora de los procesos relacionados con la gestión documental y la formalización de convenios permitirá fortalecer la confianza y legitimidad del consultorio frente a empresas, cámaras de comercio e instituciones aliadas. La consolidación de acuerdos formales facilita la creación de relaciones de cooperación sostenibles y establece bases claras para el desarrollo de proyectos conjuntos. En este sentido, los convenios institucionales representan mecanismos que permiten formalizar compromisos de colaboración y fortalecer la capacidad de las organizaciones para alcanzar objetivos comunes. Por ello, la implementación de acciones orientadas a mejorar la gestión documental y el seguimiento de alianzas constituye un elemento fundamental para consolidar el posicionamiento del consultorio como un actor estratégico en los procesos de comercio exterior e internacionalización.

En conclusión, el presente plan de mejora se justifica porque responde a necesidades identificadas dentro del funcionamiento del Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior, proponiendo herramientas y estrategias que permiten fortalecer su organización interna, mejorar la relación con sus grupos de interés y aumentar el impacto generado en el ecosistema empresarial y académico de la región.

III. PREGUNTA DE REFLEXIÓN

¿De qué manera la estructuración de procesos internos, el uso de herramientas de gestión comercial y la sistematización de la información en el Consultorio y Observatorio de Comercio

1996/2026

Memoria que trasciende

Exterior (COMEX) contribuyen al fortalecimiento del tejido empresarial e institucional de Boyacá y potencian la inserción competitiva de la región en mercados internacionales?

IV. CONTEXTO DEL CONSULTORIO

4.1 Presentación General

El Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior hace parte de la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja, institución reconocida por su Acreditación Institucional Multicampus de Alta Calidad. Esta unidad académica y de extensión fue creada con el propósito de integrar la formación universitaria con las necesidades reales del sector empresarial, permitiendo que los estudiantes participen en escenarios prácticos mientras aportan soluciones relacionadas con comercio exterior e internacionalización.

Desde su creación, con aproximadamente un año y medio de trayectoria, el consultorio ha desarrollado un modelo de acompañamiento que combina el conocimiento académico, la orientación docente y la participación estudiantil para brindar asesorías especializadas a empresas públicas y privadas interesadas en fortalecer sus procesos comerciales internacionales.

4.2 Misión

El Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior tiene como propósito ofrecer acompañamiento especializado en áreas relacionadas con comercio exterior a organizaciones de

1996/2026
Memoria que trasciende

diferentes sectores económicos, mediante la participación activa de docentes y estudiantes de la Facultad de Negocios Internacionales, promoviendo soluciones aplicadas y de calidad que respondan a las necesidades del entorno empresarial.

4.3 Visión

Consolidarse como una unidad de consultoría reconocida en la región por su aporte al fortalecimiento empresarial, convirtiéndose en un referente para las organizaciones que buscan desarrollar procesos de internacionalización y mejorar su participación en mercados externos.

4.4 Valores corporativos

El funcionamiento del consultorio se fundamenta en principios orientados hacia la excelencia, la responsabilidad y el compromiso con el entorno. Sus actividades se desarrollan bajo valores como la calidad, la cooperación, el compromiso institucional, la pertinencia regional y la responsabilidad académica, en concordancia con la identidad humanista y los principios formativos de la Universidad Santo Tomás.

4.5 Ventaja competitiva

El principal elemento diferenciador del consultorio se encuentra en la integración entre el respaldo académico universitario, la preparación especializada de los estudiantes de Negocios Internacionales y la orientación permanente del equipo docente. Esta combinación permite ofrecer servicios de asesoría con un enfoque académico-práctico, accesible para empresas de diferentes tamaños y con una orientación hacia el fortalecimiento del tejido empresarial regional.

1996/2026

Memoria que trasciende

A diferencia de consultoras tradicionales, el consultorio no solo busca resolver necesidades empresariales específicas, sino también generar procesos de aprendizaje aplicado, transferencia de conocimiento y articulación entre la universidad, el sector productivo y las instituciones del territorio.

4.6 Posicionamiento dentro del mercado

Dentro del contexto regional, el consultorio representa una iniciativa diferenciadora al ser una unidad universitaria especializada en comercio exterior con capacidad de acompañamiento empresarial en el departamento de Boyacá. Su crecimiento se ha apoyado en la construcción de relaciones estratégicas con diferentes actores del ecosistema empresarial e institucional, incluyendo cámaras de comercio nacionales e internacionales, entidades gubernamentales y organizaciones relacionadas con el desarrollo económico regional.

Estas alianzas han permitido ampliar su alcance y fortalecer su papel como articulador entre la academia y los sectores productivos interesados en procesos de internacionalización.

4.7 Experiencia y antecedentes

A través de su trayectoria, el consultorio ha participado en diferentes procesos de asesoría, investigación y acompañamiento empresarial, desarrollando actividades con organizaciones como Megaproyectos, TOLIBOY, La Casa del Jardín y Argos Boyacá. Asimismo, ha trabajado en iniciativas relacionadas con cooperación internacional junto a

1996/2026

Memoria que trasciende

fundaciones y asociaciones productivas, contribuyendo al análisis de oportunidades comerciales y al fortalecimiento de capacidades empresariales.

De igual manera, se han elaborado herramientas académicas y técnicas enfocadas en mercados internacionales de regiones como África, Asia, América y Europa, consolidando una base de conocimiento aplicada en comercio exterior e internacionalización.

4.8 Portafolio de servicios

El consultorio cuenta con un portafolio orientado al acompañamiento empresarial en diferentes áreas relacionadas con negocios internacionales. Entre sus servicios se encuentran la asesoría en procesos de exportación, clasificación arancelaria, análisis de mercados internacionales, diseño de planes exportadores, estrategias de marketing internacional, evaluación de costos, selección de mercados objetivo, logística internacional y definición de mecanismos de pago internacionales.

Estos servicios buscan brindar a las empresas herramientas que faciliten la toma de decisiones y mejoren sus capacidades para participar en escenarios comerciales globales.

4.9 Estructura organizacional

La estructura del consultorio se encuentra liderada por la Decanatura de la Facultad de Negocios Internacionales, desde donde se articula el Comité del Consultorio y la dirección operativa del Líder de Consultorio. A partir de esta organización se desarrollan cuatro áreas principales de trabajo: Investigación, Docentes, Estudiantes y Proyección Social.

1996/2026

Memoria que trasciende

Esta estructura permite integrar las funciones académicas, investigativas y de extensión, garantizando la participación de diferentes actores universitarios en la prestación de servicios y en el desarrollo de iniciativas relacionadas con comercio exterior.

V. ANTECEDENTES

El Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior (COMEX) de la Universidad Santo Tomás - Seccional Tunja fue concebido como una unidad estratégica de extensión e investigación articulada con la Facultad de Negocios Internacionales. Desde su creación, con una trayectoria aproximada de un año y medio, ha funcionado como un puente entre la academia, el sector productivo regional y los organismos públicos. A lo largo de su funcionamiento, el consultorio ha desarrollado diversas líneas de trabajo que incluyen el acompañamiento a MiPyMEs locales (como Frutiboy y empresas agroindustriales articuladas con la Gobernación de Boyacá), la gestión de convenios con cámaras de comercio nacionales e internacionales, y el seguimiento a redes de practicantes y convenios interinstitucionales. Sin embargo, el crecimiento dinámico de estas actividades evidenció que los registros operativos se manejaban de forma dispersa, con rotación frecuente de equipos de practicantes cada semestre y sin una plataforma centralizada (CRM) para el seguimiento de contactos y compromisos. Estos antecedentes fundamentan la necesidad de pasar de una gestión operativa atomizada hacia un modelo

1996/2026
Memoria que trasciende

estandarizado mediante este Plan de Mejora, garantizando la trazabilidad, la continuidad de las relaciones institucionales y la medición objetiva del impacto del consultorio en la región.

VI. DIAGNOSTICO

Con el propósito de comprender la situación actual del Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior de la Universidad Santo Tomás, se realizó un análisis estratégico basado en la aplicación de las matrices DOFA, MEFI y MEFE. Estas herramientas permitieron examinar las condiciones internas y externas que tienen incidencia en el desarrollo de sus actividades, identificando aquellos elementos que fortalecen su funcionamiento y los factores que representan oportunidades de mejora.

A través de la matriz DOFA fue posible reconocer las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con las líneas de acción del consultorio, mientras que las matrices MEFI y MEFE permitieron asignar una valoración a los aspectos internos y externos con mayor impacto dentro de la gestión institucional. Los resultados obtenidos a partir de este diagnóstico facilitaron la identificación de áreas estratégicas de intervención, orientadas a optimizar los procesos de seguimiento, fortalecer la gestión comercial, mejorar la organización interna y consolidar relaciones de cooperación con empresas e instituciones vinculadas a los procesos de comercio exterior e internacionalización.

1996/2026
Memoria que trasciende

6.1 Recopilación de Información

Para el desarrollo del presente informe y la estructuración del plan de mejora, se implementó una metodología de recolección de datos cualitativa y cuantitativa basada en las siguientes fuentes de información:

- 6.1.1 **Revisión y Auditoría Documental Interna:** Análisis exhaustivo de los archivos históricos del consultorio, incluyendo la base de datos de 54 convenios de práctica interinstitucionales y el registro histórico de más de 120 practicantes vinculados entre los periodos 2020-1 y 2026-1.
- 6.1.2 **Interacción y Diagnóstico Directo con Empresas:** Levantamiento de requerimientos técnicos y comerciales mediante reuniones de trabajo virtuales y presenciales con representantes de empresas regionales (como Frutiboy y FruFreeze SAS) y asociaciones agroindustriales (ANUC, COOFRUTUN, Cultivadores de Arándanos, Camporeal).
- 6.1.3 **Prospección e Intercambio Institucional:** Registros de seguimiento y comunicación directa (llamadas, correos electrónicos, WhatsApp y videollamadas) con 26 cámaras de comercio nacionales y 17 cámaras binacionales para evaluar oportunidades de cooperación.

1996/2026

Memoria que trasciende

6.1.4 Análisis Estratégico Organizado: Sistematización de la información primaria y secundaria recopilada para la construcción de las matrices de diagnóstico estratégico (DOFA, MEFI y MEFE), permitiendo evaluar la capacidad de respuesta del consultorio frente a las exigencias del entorno empresarial y la gestión universitaria.

6.2 Matriz DOFA

6.2.1 Fortalezas

- Oferta de servicios especializados en comercio exterior, negocios internacionales, finanzas y estrategias de mercado.
- Amplia red de relacionamiento con cámaras de comercio, empresas e instituciones nacionales e internacionales.
- Información organizada del sector lácteo de Boyacá que facilita la identificación y priorización de empresas con potencial de desarrollo.
- Análisis comparativo de diferentes modelos de Living Lab que permite contar con referentes para su implementación.
- Participación de estudiantes de Negocios Internacionales con conocimientos especializados y enfoque práctico.
- Existencia de vínculos iniciales con empresas y organizaciones interesadas en procesos de exportación e internacionalización.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Reconocimiento y respaldo institucional de la Universidad Santo Tomás, respaldada por su acreditación de alta calidad.

6.2.2 Debilidades

- Dificultades para mantener una comunicación constante y efectiva con empresas y aliados estratégicos.
- Ausencia de una planificación periódica que establezca actividades y tiempos de seguimiento para cada línea de acción.
- Procesos documentales que requieren mayor organización para facilitar la formalización y continuidad de convenios.
- Limitada divulgación y registro sistemático de los resultados, avances e impactos generados por el consultorio.
- Cambios frecuentes en los equipos de trabajo que pueden afectar la transferencia de información y la continuidad de las actividades.
- Falta de una plataforma de gestión que permita organizar, actualizar y dar seguimiento a los contactos empresariales e institucionales.

6.2.3 Oportunidades

1996/2026

Memoria que trasciende

- Presencia de actividades productivas estratégicas en Boyacá con capacidades para fortalecer su competitividad y proyección hacia mercados extranjeros.
- Existencia de actores públicos y privados con disposición para generar espacios de cooperación, articulación y desarrollo regional junto con la academia.
- Disponibilidad de redes empresariales y comerciales que pueden facilitar la creación de nuevos vínculos institucionales y oportunidades de colaboración.
- Desarrollo de nuevas metodologías de innovación colaborativa a nivel nacional e internacional que pueden ser adaptadas al modelo del consultorio.
- Brecha existente en el sector empresarial regional frente al acceso a conocimiento especializado en comercio exterior, generando una oportunidad para fortalecer la oferta de asesoría del consultorio.
- Posibilidad de ampliar la participación del consultorio en el acompañamiento a empresas interesadas en explorar escenarios comerciales internacionales.

6.2.4 Amenazas

- Limitado reconocimiento del consultorio como alternativa de apoyo en comercio exterior dentro del tejido empresarial de la región.
- Posibles retrasos administrativos derivados de los procedimientos internos requeridos para establecer acuerdos de cooperación con diferentes entidades.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Riesgo de afectación en la continuidad de los proyectos debido a cambios en los equipos de trabajo y disponibilidad de los participantes.
- Dificultad para adaptar estrategias y modelos internacionales debido a las particularidades económicas, empresariales e institucionales del entorno local.
- Existencia de firmas especializadas en consultoría empresarial que cuentan con posicionamiento consolidado y una mayor presencia en el mercado.

6.3 Estrategias cruzadas DOFA

6.3.1 Estrategias FO

- Aprovechar la oferta especializada en comercio exterior, negocios internacionales, finanzas y estrategias de mercado para fortalecer el acompañamiento a empresas de Boyacá interesadas en ingresar a mercados internacionales.
- Utilizar la red de relacionamiento con cámaras de comercio, empresas e instituciones para generar alianzas y nuevas oportunidades de internacionalización.
- Aprovechar la información del sector lácteo de Boyacá para identificar empresas con potencial exportador y brindarles acompañamiento en sus procesos de internacionalización.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Aprovechar la participación de estudiantes de Negocios Internacionales para desarrollar investigaciones de mercado y estrategias de internacionalización dirigidas a empresas de la región.
- Adaptar modelos de Living Lab nacionales e internacionales para fortalecer la innovación y la articulación entre universidad, empresas y entidades públicas.
- Aprovechar el respaldo institucional de la Universidad Santo Tomás para generar confianza y ampliar el alcance del consultorio en el sector empresarial.

6.3.2 Estrategias DO

- Implementar un sistema de seguimiento periódico para mejorar la comunicación con empresas y aliados estratégicos.
- Crear una plataforma o base de datos que permita organizar y actualizar los contactos empresariales e institucionales.
- Establecer un cronograma de actividades y seguimiento para aprovechar de manera organizada las oportunidades de cooperación existentes.
- Fortalecer la documentación y sistematización de resultados para evidenciar los avances e impactos del consultorio.
- Implementar mecanismos de transferencia de información entre los equipos de trabajo para garantizar la continuidad de los proyectos.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Fortalecer la divulgación de los servicios del consultorio para aprovechar la necesidad de las empresas regionales de acceder a conocimiento especializado en comercio exterior.

6.3.3 Estrategias FA

- Aprovechar el reconocimiento y respaldo de la Universidad Santo Tomás para posicionar el consultorio como una alternativa confiable frente a otras firmas de consultoría.
- Utilizar la red de cámaras de comercio, empresas e instituciones para aumentar el reconocimiento del consultorio dentro del tejido empresarial regional.
- Diferenciar los servicios del consultorio mediante la participación de estudiantes de Negocios Internacionales y la combinación de conocimientos académicos con experiencias prácticas.
- Utilizar la información del sector empresarial de Boyacá para diseñar estrategias de internacionalización adaptadas a las condiciones del entorno local.
- Aprovechar los referentes de Living Lab para desarrollar metodologías propias que respondan a las necesidades específicas de las empresas de la región.
- Fortalecer los vínculos con empresas interesadas en exportación mediante proyectos que permitan demostrar los resultados y capacidades del consultorio.

6.3.4 Estrategias DA

- Implementar un sistema formal de gestión y seguimiento de contactos para mejorar la comunicación y mantener relaciones estables con empresas y aliados.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Establecer protocolos para organizar los procesos documentales y reducir retrasos administrativos en la formalización de convenios.
- Crear mecanismos de registro y transferencia de información para reducir el impacto de los cambios frecuentes en los equipos de trabajo.
- Implementar indicadores de gestión que permitan demostrar los resultados del consultorio y fortalecer su posicionamiento frente a firmas de consultoría.
- Diseñar planes de trabajo con responsables, fechas y actividades definidas para garantizar la continuidad de los proyectos.
- Divulgar los resultados, avances y casos de éxito del consultorio para aumentar su reconocimiento y diferenciarlo de otras alternativas de consultoría empresarial.

6.4 Matriz MEFE.

Factor externo	Tipo	Peso	Calificación	Ponderación
Presencia de actividades productivas estratégicas en Boyacá con potencial de internacionalización	Oportunidad	0,10	4	0,40

Disposición de actores públicos y privados para generar cooperación con la academia	Oportunidad	0,09	3	0,27
Existencia de redes empresariales y comerciales para generar nuevos vínculos	Oportunidad	0,08	3	0,24
Desarrollo de nuevas metodologías de innovación colaborativa y Living Lab	Oportunidad	0,07	3	0,21
Brecha empresarial en el acceso a conocimiento especializado en comercio exterior	Oportunidad	0,12	4	0,48
Posibilidad de ampliar el acompañamiento a empresas interesadas en mercados internacionales	Oportunidad	0,09	4	0,36
Limitado reconocimiento del consultorio dentro del tejido empresarial regional	Amenaza	0,12	2	0,24

1996/2026

Memoria que trasciende

Retrasos administrativos para establecer acuerdos de cooperación	Amenaza	0,07	2	0,14
Cambios en los equipos de trabajo que pueden afectar la continuidad de los proyectos	Amenaza	0,07	2	0,14
Dificultad para adaptar modelos internacionales a las condiciones del entorno local	Amenaza	0,08	2	0,16
Competencia de firmas especializadas de consultoría empresarial con mayor posicionamiento	Amenaza	0,11	2	0,22
TOTAL		1,00		2,86

El resultado obtenido en la **Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)** fue **de 2,86**, ubicándose por encima del valor promedio de 2,50. Esto indica que el Consultorio de Comercio Exterior presenta una **respuesta favorable frente a las oportunidades y amenazas presentes en su entorno**. Entre las principales oportunidades se destaca la existencia de

1996/2026

Memoria que trasciende

empresas de Boyacá con potencial de internacionalización, la necesidad de acceso a conocimientos especializados en comercio exterior y la posibilidad de fortalecer alianzas con actores públicos, privados y académicos. Estas condiciones representan un escenario favorable para ampliar el alcance de los servicios del consultorio. Sin embargo, factores como el **limitado reconocimiento del consultorio, la competencia de firmas especializadas y los posibles retrasos administrativos** representan amenazas que deben ser atendidas. Por lo tanto, es necesario fortalecer el posicionamiento del consultorio, mejorar la articulación con empresas y aliados estratégicos y aprovechar las oportunidades de internacionalización existentes en la región.

6.5 Matriz MEFI

Factor interno	Tipo	Peso	Calificación	Ponderación
Oferta de servicios especializados en comercio exterior, negocios internacionales, finanzas y estrategias de mercado	Fortaleza	0,10	4	0,40
Amplia red de relacionamiento con cámaras de comercio, empresas e	Fortaleza	0,09	4	0,36

1996/2026
Memoria que trasciende

instituciones nacionales e internacionales				
Información organizada del sector lácteo de Boyacá para identificar empresas con potencial de desarrollo	Fortaleza	0,08	3	0,24
Análisis comparativo de modelos de Living Lab como referentes para su implementación	Fortaleza	0,07	3	0,21
Participación de estudiantes de Negocios Internacionales con conocimientos especializados y enfoque práctico	Fortaleza	0,10	4	0,40
Vínculos iniciales con empresas y organizaciones interesadas en exportación e internacionalización	Fortaleza	0,08	3	0,24

1996/2026
Memoria que trasciende

TUNJA - BOYACÁ - PBX: (608) 744 0404

Campus Centro Histórico: Cll. 19 No. 11 - 64 - Campus Avenida Universitaria:
Edificio Fray Giordano Bruno, O.P.: Av. Universitaria Cll. 48 No. 1-235 este.
Edificio Santo Domingo de Guzmán: Av. Universitaria No. 45 - 202.
Santoto Services: Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106.

Reconocimiento y respaldo institucional de la Universidad Santo Tomás	Fortaleza	0,10	4	0,40
Dificultades para mantener una comunicación constante y efectiva con empresas y aliados estratégicos	Debilidad	0,09	2	0,18
Ausencia de una planificación periódica para establecer actividades y tiempos de seguimiento	Debilidad	0,07	2	0,14
Procesos documentales que requieren mayor organización para formalizar y dar continuidad a convenios	Debilidad	0,06	2	0,12
Limitada divulgación y registro sistemático de resultados, avances e impactos	Debilidad	0,08	2	0,16

1996/2026

Memoria que trasciende

TUNJA - BOYACÁ - PBX: (608) 744 0404

Campus Centro Histórico: Cll. 19 No. 11 - 64 - Campus Avenida Universitaria:

Edificio Fray Giordano Bruno, O.P.: Av. Universitaria Cll. 48 No. 1-235 este.

Edificio Santo Domingo de Guzmán: Av. Universitaria No. 45 - 202.

Santoto Services: Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106.

Cambios frecuentes en los equipos de trabajo que pueden afectar la transferencia de información	Debilidad	0,04	2	0,08
Falta de una plataforma de gestión para organizar y dar seguimiento a contactos empresariales e institucionales	Debilidad	0,04	2	0,08
TOTAL		1,00		3,01

El resultado de la **Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)** fue de **3,01**, superando el valor promedio de 2,50. Esto refleja que el Consultorio de Comercio Exterior cuenta con una **posición interna favorable**, debido principalmente a sus fortalezas institucionales, académicas y de relacionamiento. Se destacan la oferta de servicios especializados, el respaldo de la Universidad Santo Tomás, la participación de estudiantes de Negocios Internacionales y la existencia de vínculos con empresas e instituciones. No obstante, todavía existen aspectos internos que requieren fortalecimiento, especialmente la **comunicación y seguimiento de empresas, la planificación de actividades, la organización documental, la sistematización de resultados y la gestión de contactos**. En este sentido, el consultorio posee capacidades importantes para desarrollar sus actividades, pero debe mejorar sus procesos

1996/2026
Memoria que trasciende

internos de gestión y seguimiento para garantizar la continuidad de los proyectos y aprovechar de manera más eficiente sus recursos y relaciones institucionales.

VII. PROPUESTA DE MEJORA

7.1 Objetivo General

Diseñar e implementar un plan de mejora integral para el Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior (COMEX) de la Universidad Santo Tomás - Seccional Tunja, mediante la estandarización de procesos, el establecimiento de sistemas de gestión comercial y seguimiento interinstitucional, con el fin de optimizar la continuidad operativa, fortalecer las relaciones con aliados estratégicos y consolidar el impacto del consultorio en la internacionalización empresarial del departamento de Boyacá.

7.2 Objetivos Específicos

- Estructurar un sistema centralizado de información y gestión comercial (CRM) para consolidar, organizar y categorizar las bases de datos de empresas, cámaras de comercio e instituciones aliadas, mejorando la trazabilidad de los contactos y acuerdos alcanzados.
- Establecer rutas, protocolos y cronogramas de seguimiento periódico por cada línea de acción del consultorio, reduciendo la pérdida de prospectos comerciales y garantizando la atención oportuna a los requerimientos del sector productivo.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Estandarizar el proceso de auditoría, control y renovación de convenios de práctica profesional e interinstitucionales, implementando un sistema de alertas tempranas para evitar la suspensión o pérdida de plazas académicas estratégicas.
- Diseñar un protocolo formal de empalme, entrega de cargos y transferencia del conocimiento entre los equipos de practicantes salientes y entrantes, asegurando la continuidad de los proyectos de consultoría sin depender exclusivamente del personal operativo del periodo académico.
- Fortalecer las estrategias de difusión, articulación institucional y oferta de servicios de consultoría técnica en materia de costos de exportación, logística y negociación internacional para las organizaciones agroindustriales y empresariales de la región.

7.3 Iniciativas estratégicas

Aspecto por fortalecer	Iniciativa propuesta	Actividades principales	Resultado esperado	Evidencia o forma de verificación
Información dispersa sobre empresas e instituciones	Crear una base unificada de relacionamiento externo	Organizar en una sola herramienta la información de empresas, cámaras de comercio e	Contar con la información actualizada y fácilmente consultable para	Base de datos consolidada y porcentaje de registros actualizados durante

1996/2026

Memoria que trasciende

		instituciones; clasificar los contactos según el tipo de relación, proyecto y estado actual.	dar continuidad a las gestiones.	cada periodo académico.
Falta de seguimiento sistemático a los contactos realizados	Implementar una ruta de seguimiento por etapas	Establecer momentos definidos para el primer contacto, seguimiento, respuesta y cierre de cada gestión; asignar responsables y fechas límite.	Reducir la pérdida de contactos y mejorar la continuidad de las relaciones iniciadas.	Número de contactos que reciben seguimiento dentro de los tiempos establecidos.
Procesos pendientes para consolidar alianzas	Crear una ruta de gestión para aliados estratégicos	Identificar las instituciones con mayor potencial, revisar los requisitos necesarios y llevar un control del avance de cada proceso de alianza.	Incrementar la cantidad de relaciones institucionales formalizadas y activas.	Número de alianzas o acuerdos gestionados y estado de avance de cada uno.

1996/2026
Memoria que trasciende

Bajo reconocimiento de los servicios del Consultorio	Fortalecer la estrategia de presentación institucional	Elaborar recursos informativos adaptados a empresas, entidades públicas, gremios y cámaras de comercio; participar en espacios donde se puedan presentar los servicios.	Lograr una mayor difusión del Consultorio y facilitar el acercamiento con nuevos actores.	Número de espacios de divulgación realizados y nuevos contactos generados.
Concentración de la búsqueda empresarial en pocos sectores	Desarrollar una agenda de exploración sectorial	Analizar sectores con oportunidades para la región, seleccionar nuevos grupos empresariales y realizar procesos de acercamiento progresivo.	Ampliar la red empresarial vinculada a las actividades del Consultorio.	Número de sectores explorados, empresas identificadas y contactos efectivos realizados.
Pérdida de información cuando termina el periodo de los practicantes	Establecer un modelo de entrega y	Preparar un informe de cierre por cada línea de trabajo que incluya	Facilitar la continuidad de los proyectos sin	Entrega de informes de transición y disponibilidad de

1996/2026
Memoria que trasciende

	continuidad operativa	avances, contactos relevantes, actividades pendientes y recomendaciones para el siguiente equipo.	depender exclusivamente de la persona que los inició.	información para los nuevos practicantes.
--	-----------------------	---	---	---

7.4 Metas del plan de mejora

- **Meta 1:** Consolidar y actualizar en la base de datos unificada el 100% de los registros de empresas, cámaras de comercio (nacionales y binacionales) e instituciones aliadas para el final del periodo académico.
- **Meta 2:** Lograr que al menos el 80% de los contactos iniciados con las cámaras de comercio y actores agroindustriales de Boyacá reciban una segunda fase de seguimiento formal dentro de los plazos establecidos.

1996/2026
Memoria que trasciende

- **Meta 3:** Tramitar la renovación o actualización de los 15 convenios críticos (vencidos y próximos a vencer) para evitar la pérdida de plazas de práctica profesional.
- **Meta 4:** Avanzar en la madurez exportadora de al menos 2 empresas regionales acompañadas (como Frutiboy y FruFreeze), migrando de esquemas de cotización EXW hacia matrices de costos en Incoterm FOB.
- **Meta 5:** Implementar la entrega obligatoria de informes de empalme y actas de transición en el 100% de las líneas de acción al cierre de cada cohorte de practicantes.

7.5 Indicadores para medir los resultados del plan de mejora

Basado en la matriz de la propuesta de mejora del consultorio, los indicadores clave para medir el éxito del plan son:

Indicador	Descripción	Frecuencia de medición
Nivel de actualización de contactos	Mide la proporción de empresas, cámaras de comercio e instituciones que cuentan con sus datos de	Trimestral

1996/2026
Memoria que trasciende

	contacto y estado de gestión al día en el sistema CRM.	
Efectividad del seguimiento comercial	Evalúa la cantidad de alianzas y prospectos empresariales que reciben un contacto de control dentro de los plazos fijados en la ruta de trabajo.	Mensual
Alianzas institucionales logradas	Contabiliza los acuerdos de cooperación formalizados y las mesas de trabajo concertadas con cámaras de comercio e instituciones aliadas.	Semestral
Tasa de recuperación de convenios	Determina el porcentaje de convenios de práctica profesional en estado crítico (vencidos o próximos a vencer) que logran ser tramitados y renovados.	Semestral

1996/2026
Memoria que trasciende

Cumplimiento en la entrega de empalmes	Controla el número de informes de cierre y transferencia de información entregados formalmente por los practicantes al concluir el semestre.	Semestral (al finalizar cada periodo académico)
Cobertura de consultoría a MiPyMEs	Mide la cantidad de empresas regionales diagnosticadas y acompañadas en estructuración de oferta exportable y formulación de costos de exportación.	Semestral
Tasa de respuesta institucional	Mide el porcentaje de entidades y organizaciones abordadas (vía telefónica, correo o WhatsApp) que responden favorablemente para coordinar reuniones virtuales o diagnósticos.	Trimestral

1996/2026
Memoria que trasciende

7.6 Estrategias para implementar el plan de mejora

Tomando como base las acciones de mejora identificadas en las diferentes líneas de trabajo del informe, se consolidan las siguientes estrategias operativas:

- **Centralización digital del conocimiento:** Migrar las bases de datos estáticas e independientes hacia un sistema CRM compartido que evite la fuga de información al terminar cada semestre académico.
- **Protocolo de reintento y diversificación de canales:** Implementar rutas estandarizadas de contacto telefónico, correos institucionales y WhatsApp corporativo para reducir la baja tasa de respuesta inicial con empresarios y cámaras de comercio.
- **Sistema preventivo de semaforización de convenios:** Establecer alertas automáticas a los 6 y 3 meses previos al vencimiento de los acuerdos interinstitucionales para agilizar los trámites burocráticos con alcaldías y entidades del sector público.
- **Estructuración técnica de oferta exportable:** Profundizar los análisis de costos logísticos y de transporte internacional en las consultorías empresariales (como el caso Frutiboy) para escalar de cotizaciones preliminares EXW hacia modalidades de negociación complejas.

1996/2026

Memoria que trasciende

- **Modelo de empalme y transferencia operativa:** Homologar plantillas de informes de cierre por línea de acción que incluyan contactos pendientes, compromisos asumidos y recomendaciones específicas para el equipo entrante.

7.7 Cronograma

A continuación, se presenta la secuencia temporal por fases para la ejecución del plan de mejora dentro de la gestión del consultorio:

Fase	Actividades principales	Periodo
Fase 1: Diagnóstico y Consolidación Base	Depuración de archivos históricos de practicantes y convenios; diseño del CRM e ingreso de la base de datos unificada de cámaras y empresas.	Meses 1 - 2
Fase 2: Socialización e Implementación de Rutas	Capacitación al equipo de practicantes en el CRM, aplicación de protocolos de contacto y activación del sistema de semaforización de convenios.	Meses 3 - 4
Fase 3: Gestión Comercial y Asesoría Técnica	Ejecución del plan de seguimiento a cámaras de comercio, desarrollo de mesas diagnósticas	Meses 4 - 5

1996/2026
Memoria que trasciende

	agroindustriales y formulación de matrices de costos exportadores.	
Fase 4: Evaluación y Empalme Operativo	Medición de indicadores de gestión, auditoría de resultados y elaboración/entrega de los informes institucionales de transición de cargo.	Mes 6

7.8 Recomendaciones

Con base en la experiencia de la práctica profesional desarrollada en el Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior (COMEX), se formulan las siguientes recomendaciones directas:

- **Obligatoriedad del sistema CRM:** Adoptar la plataforma de gestión comercial como una herramienta institucional permanente para que el historial de chats, llamadas y correos con cámaras y empresas no se pierda entre semestres.
- **Priorización de la ruta de convenios:** Tramitar de manera inmediata las renovaciones de los 25 convenios en estado crítico (vencidos y próximos a vencer) con el fin de asegurar que los estudiantes cuenten con plazas de práctica oportunas.

1996/2026
Memoria que trasciende

- **Profundización en logística de exportación:** Ampliar los alcances de las asesorías técnicas a las empresas locales (como Frutiboy y FruFreeze), incluyendo análisis detallados de fletes, seguros, trámites aduaneros e Incoterms de mayor responsabilidad.
- **Estandarización de entregables de empalme:** Exigir la entrega y sustentación del informe de cierre operativo como requisito de evaluación final para cada practicante asignado al consultorio.
- **Divulgación de servicios del consultorio:** Diseñar un brochure institucional renovado y participar en espacios estratégicos (como macrorruedas y eventos gremiales) para elevar el reconocimiento del COMEX dentro del tejido empresarial boyacense

VIII. INFORME GENERAL DE TRABAJO Y RESULTADOS

Este informe reúne los resultados generales alcanzados durante el periodo de prácticas profesionales en el Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior de la Universidad Santo Tomás. A través de las diferentes líneas de acción implementadas, se promovieron procesos de fortalecimiento institucional y el establecimiento de alianzas estratégicas con entidades nacionales e internacionales. De igual manera, se dinamizó el acompañamiento al sector empresarial mediante el impulso de iniciativas orientadas a la innovación y a la internacionalización.

1996/2026

Memoria que trasciende

Para el cumplimiento de los objetivos del consultorio, se estipulan líneas de acción que contribuyen al cumplimiento de estos. A través de actividades de gestión comercial e investigación se realiza un seguimiento institucional en donde se estructuran diferentes estrategias que dan valor a la comunidad académica y empresarial. Los aportes generados en las diferentes áreas de trabajo representan de una manera específica y detallada todas las acciones realizadas con sus resultados.

IX. LÍNEA DE ACCIÓN: CONVENIOS CON CÁMARAS DE COMERCIO NACIONALES E BINACIONALES

Durante el periodo de práctica se apoyó el proceso de acercamiento, gestión y estructuración preliminar de posibles alianzas institucionales con cámaras de comercio nacionales y binacionales, con el propósito de fortalecer la articulación del Consultorio de Comercio Exterior de la Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja con entidades del sector empresarial y comercial. Esta línea de trabajo se desarrolló mediante la identificación y contacto de diferentes cámaras de comercio, la presentación institucional de los servicios del consultorio, el envío de información y propuestas de cooperación, así como la gestión de reuniones virtuales para explorar oportunidades de trabajo conjunto. El ejercicio permitió establecer comunicación con entidades nacionales e internacionales, algunas de las cuales manifestaron interés en los servicios relacionados con asesoría en importación, exportación y procesos de

1996/2026

Memoria que trasciende

internacionalización, mientras otras iniciaron procesos de revisión de la información suministrada. De esta manera, la gestión estuvo orientada a generar nuevos espacios de relacionamiento y cooperación institucional, aportando al posicionamiento del Consultorio de Comercio Exterior como un posible aliado estratégico para el fortalecimiento empresarial, la internacionalización y el desarrollo de capacidades en diferentes regiones del país y en el ámbito internacional.

9.1 Acciones – Actividades

- Identificación y seguimiento de cámaras de comercio nacionales asignadas para el proceso de relacionamiento institucional.
- Gestión de contacto con cámaras de comercio mediante llamadas telefónicas, WhatsApp, correos electrónicos y formularios de contacto institucional.
- Presentación del Consultorio de Comercio Exterior de la Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja y socialización de sus servicios.
- Envío de información institucional, brochures y propuestas de cooperación a las entidades contactadas.
- Gestión de acercamientos con las áreas de desarrollo empresarial, internacionalización, proyectos y directivos de las diferentes cámaras de comercio.
- Seguimiento a las entidades contactadas con el propósito de obtener respuestas y avanzar en posibles procesos de cooperación.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Programación y desarrollo de reuniones virtuales con algunas cámaras interesadas en los servicios del Consultorio de Comercio Exterior.
- Identificación de posibilidades de colaboración relacionadas con asesoría en importación, exportación, internacionalización y fortalecimiento empresarial.

9.1.1 Gestión con cámaras de comercio nacionales

Durante el proceso se realizó seguimiento y contacto con diferentes cámaras de comercio nacionales, entre las cuales se encuentran:

- Cámara de Comercio de La Dorada, Puerto Boyacá, Puerto Salgar y Oriente de Caldas.
- Cámara de Comercio de Ocaña.
- Cámara de Comercio de Palmira.
- Cámara de Comercio del Piedemonte Araucano.
- Cámara de Comercio del Putumayo.
- Cámara de Comercio de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.
- Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena.
- Cámara de Comercio de Santa Rosa de Cabal.
- Cámara de Comercio de Sevilla.
- Cámara de Comercio de Soacha.
- Cámara de Comercio de Sogamoso.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Cámara de Comercio de Tumaco.
- Cámara de Comercio de Urabá.
- Cámara de Comercio de Valledupar para el Valle del Río Cesar.
- Cámara de Comercio de Villavicencio.

9.1.2 Gestión con cámaras de comercio binacionales

Asimismo, se desarrollaron acciones de contacto y relacionamiento con cámaras de comercio binacionales, buscando ampliar el alcance internacional del Consultorio de Comercio Exterior:

- Cámara de Comercio Colombo Dominicana.
- Cámara de Comercio Colombo Holandesa.
- Cámara de Comercio Colombo Rusa.
- Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.
- Cámara de Comercio e Industrias Ecuatoriano Colombiana.
- Cámara de Comercio e Integración Colombo Peruana.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Cámara de Comercio México Colombia.

9.2 Número de logros o acciones concretas

- Seguimiento a 26 cámaras de comercio nacionales asignadas durante el periodo de gestión.
- Establecimiento de comunicación con 15 cámaras de comercio nacionales mediante diferentes canales de contacto.
- Seguimiento directo a 17 cámaras de comercio binacionales.
- Establecimiento de contacto con 7 cámaras de comercio binacionales.
- Envío de información institucional y propuestas de cooperación a las diferentes entidades contactadas.
- Generación de acercamientos con áreas estratégicas relacionadas con desarrollo empresarial, internacionalización, proyectos y relaciones institucionales.
- Realización de reuniones virtuales con entidades interesadas, incluyendo la Cámara de Comercio del Putumayo.
- Avance en procesos de programación de reuniones con cámaras binacionales, como la Cámara de Comercio e Integración Colombo Peruana.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Generación de oportunidades para posibles procesos de cooperación y articulación institucional entre el Consultorio de Comercio Exterior y las cámaras de comercio contactadas.

9.3 Acciones de mejora

- Continuar el seguimiento a las cámaras de comercio que se encuentran en estado de revisión o que aún no han emitido respuesta.
- Fortalecer los mecanismos de seguimiento posterior al envío de información institucional y propuestas de cooperación.
- Consolidar una estrategia de comunicación y relacionamiento institucional que facilite el contacto con las diferentes cámaras de comercio.
- Dar continuidad a las reuniones virtuales programadas con las entidades que manifestaron interés en los servicios del Consultorio de Comercio Exterior.
- Formalizar posibles procesos de cooperación con las cámaras que presenten interés en los servicios relacionados con importación, exportación e internacionalización.
- Ampliar la base de contactos institucionales, especialmente en áreas de desarrollo empresarial, internacionalización, proyectos y relaciones públicas.
- Fortalecer la presencia y el reconocimiento del Consultorio de Comercio Exterior como un aliado estratégico para entidades nacionales e internacionales.

1996/2026

Memoria que trasciende

9.4 Limitaciones o dificultades

- Algunas cámaras de comercio no emitieron respuesta durante el periodo de gestión.
- En diferentes casos fue necesario realizar varios intentos de contacto para obtener información sobre las personas o áreas responsables.
- Algunos contactos institucionales remitieron la información a procesos internos de revisión, lo que limitó la obtención de resultados inmediatos.
- La identificación de contactos directos y actualizados representó una dificultad en algunas entidades.
- Los tiempos de respuesta institucional variaron entre las diferentes cámaras de comercio, generando procesos de seguimiento pendientes.
- Algunas entidades manejan modelos de relacionamiento diferentes, lo que requiere adaptar las propuestas de cooperación a sus mecanismos institucionales.

9.5 Estado del entregable

En proceso. Durante el periodo evaluado se consolidó una gestión de acercamiento y relacionamiento institucional con cámaras de comercio nacionales y binacionales, logrando establecer contacto con diferentes entidades y generar avances en procesos de revisión, reuniones y posibles espacios de cooperación. Sin embargo, varias gestiones requieren seguimiento posterior, debido a que algunas cámaras se encuentran evaluando la información enviada, otras

1996/2026

Memoria que trasciende

tienen reuniones pendientes y algunas aún no han emitido respuesta. El trabajo realizado permitió generar una base inicial de contactos y oportunidades de articulación que pueden contribuir al fortalecimiento del relacionamiento institucional y la proyección nacional e internacional del Consultorio de Comercio Exterior.

9.6 Conclusiones

- La gestión realizada permitió ampliar el alcance institucional del Consultorio de Comercio Exterior mediante el acercamiento con cámaras de comercio nacionales y binacionales.
- El proceso de contacto facilitó la presentación de los servicios del Consultorio de Comercio Exterior ante entidades relacionadas con el desarrollo empresarial, la internacionalización y el comercio.
- Se lograron establecer canales de comunicación con diferentes cámaras de comercio, utilizando herramientas como llamadas telefónicas, WhatsApp, correos electrónicos y reuniones virtuales.
- Algunas entidades manifestaron interés en los servicios ofrecidos, especialmente en temas relacionados con asesoría en importación, exportación y procesos de internacionalización.

1996/2026

Memoria que trasciende

- La gestión permitió avanzar en posibles procesos de cooperación institucional y en la programación de espacios de interacción con algunas cámaras de comercio.
- El seguimiento realizado evidencia la importancia de mantener una estrategia constante de relacionamiento institucional, debido a que los procesos de respuesta y revisión pueden requerir diferentes tiempos.
- El ejercicio contribuyó a fortalecer la identificación de posibles aliados estratégicos para el Consultorio de Comercio Exterior, tanto a nivel nacional como internacional.
- Las acciones desarrolladas generan una base para continuar con procesos de cooperación, articulación institucional y fortalecimiento de la proyección internacional de la Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja.

X. LÍNEA DE ACCIÓN: CONSULTORÍA DE FRUTIBOY

Durante el periodo de práctica se apoyó el desarrollo de una asesoría en comercio exterior para la empresa Frutiboy, ubicada en Duitama, Boyacá, orientada a la formulación preliminar de precios para exportación, así como al fortalecimiento de estrategias de negociación y promoción comercial en el marco de su participación en la Macrorrueda de Negocios “Colombia, el país de la belleza”. Esta línea de trabajo se desarrolló mediante el análisis de las condiciones comerciales de la empresa y la estructuración de una propuesta de cotización internacional para su producto de pulpa de fruta congelada, estableciendo precios bajo el Incoterm EXW de acuerdo con

1996/2026

Memoria que trasciende

diferentes volúmenes de comercialización. Asimismo, se generaron recomendaciones relacionadas con la preparación de información técnica y comercial, incluyendo fichas técnicas, muestras, catálogos, certificados de calidad, información de contacto y la elaboración de un Pitch de Ventas para la presentación ante posibles compradores internacionales. El ejercicio estuvo orientado a aportar herramientas técnicas y comerciales que permitieran fortalecer la preparación de Frutiboy para procesos de negociación internacional, facilitando la presentación de su oferta exportable y generando una base inicial para futuras estrategias de internacionalización y fortalecimiento de sus capacidades en comercio exterior.

10.1 Acciones - Actividades

- Análisis de la solicitud de asesoría realizada por la empresa Frutiboy en relación con la formulación de precios para exportación.
- Apoyo en la estructuración de una propuesta de cotización internacional para los productos de pulpa de fruta congelada.
- Formulación de precios de exportación bajo el Incoterm EXW (Ex Works), teniendo en cuenta la experiencia y condiciones actuales de la empresa.
- Definición de precios por kilogramo de acuerdo con diferentes volúmenes de venta y capacidades de carga.

1996/2026
Memoria que trasciende

- Estructuración de alternativas de cotización para ventas correspondientes a un pallet, un contenedor Reefer de 20 pies y un contenedor Reefer de 40 pies.
- Recomendación de utilizar inicialmente el Incoterm EXW, debido a la limitada experiencia logística de exportación de la empresa.
- Orientación sobre la posibilidad de implementar posteriormente cotizaciones bajo el Incoterm FOB, una vez la empresa fortalezca sus capacidades logísticas de exportación.
- Apoyo en la preparación comercial de la empresa para su participación en la Macrorrueda de Negocios “Colombia, el país de la belleza”.
- Identificación de información técnica y comercial necesaria para presentar los productos ante posibles compradores internacionales.
- Recomendación para la preparación de fichas técnicas, muestras sin valor comercial, catálogos, certificados de calidad e información de contacto.
- Orientación para la preparación y presentación de un Pitch de Ventas dirigido a potenciales clientes o importadores.

10.1.1 Formulación de precios para exportación

Se desarrolló una propuesta de formulación de precios para la pulpa de fruta congelada de la empresa Frutiboy, tomando como referencia una tasa representativa del mercado de \$3.631,49 COP.

1996/2026

Memoria que trasciende

La cotización fue estructurada bajo el Incoterm EXW y se establecieron diferentes precios de acuerdo con los volúmenes de comercialización:

- Venta de 800 kilogramos, correspondiente a un pallet: USD \$4,13 por kilogramo.
- Venta de 7.200 kilogramos, correspondiente a un contenedor Reefer de 20 pies: USD \$3,30 por kilogramo.
- Venta de 16.000 kilogramos, correspondiente a un contenedor Reefer de 40 pies: USD \$2,76 por kilogramo.

La propuesta permitió establecer una disminución del precio por kilogramo a medida que aumenta el volumen de compra, generando alternativas comerciales para diferentes tipos de clientes internacionales.

10.1.2 Estrategias de negociación y promoción comercial

Como parte de la asesoría, se brindaron recomendaciones para fortalecer la presentación comercial de Frutiboy ante posibles prospectos internacionales durante la Macrorrueda de Negocios.

Las recomendaciones estuvieron orientadas a:

- Presentar fichas técnicas completas de los productos.
- Disponer de un brochure con información relevante sobre la empresa y sus productos.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Preparar muestras sin valor comercial.
- Contar con catálogos para la presentación de la oferta comercial.
- Presentar los certificados de calidad disponibles.
- Disponer de información y datos de contacto para facilitar el relacionamiento comercial.
- Preparar un Pitch de Ventas que permita comunicar de manera clara la propuesta de valor de la empresa.

Estas acciones buscan facilitar el proceso de negociación y proporcionar a los potenciales importadores la información necesaria para evaluar los productos ofrecidos.

10.2 Número de logros o acciones concretas

- Realización de una asesoría especializada para la empresa Frutiboy en temas de formulación de precios para exportación.
- Estructuración de una propuesta de cotización internacional bajo el Incoterm EXW.
- Formulación de tres alternativas de precio de exportación de acuerdo con diferentes volúmenes de comercialización.
- Establecimiento de precios para un pallet de 800 kilogramos, un contenedor Reefer de 20 pies de 7.200 kilogramos y un contenedor Reefer de 40 pies de 16.000 kilogramos.
- Definición de precios de USD \$4,13, USD \$3,30 y USD \$2,76 por kilogramo, respectivamente.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Recomendación estratégica para que la empresa inicie sus procesos de negociación internacional bajo el Incoterm EXW.
- Identificación de una posible evolución futura hacia cotizaciones bajo el Incoterm FOB.
- Generación de recomendaciones para fortalecer la preparación técnica y comercial de la empresa.
- Orientación para la preparación de material promocional y comercial para la participación en una Macrorrueda de Negocios.
- Identificación de herramientas comerciales necesarias para fortalecer la presentación de los productos ante posibles compradores internacionales.

10.3 Acciones de mejora

- Profundizar en el análisis de costos logísticos y de exportación para estructurar futuras cotizaciones bajo otros Incoterms, especialmente FOB.
- Desarrollar una estructura integral de costos de exportación que incluya transporte interno, trámites, documentación y demás costos asociados al proceso.
- Fortalecer el conocimiento y la experiencia de la empresa en operaciones logísticas internacionales.
- Actualizar periódicamente los precios de exportación de acuerdo con las variaciones de la tasa de cambio, costos de producción y condiciones del mercado.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Fortalecer la elaboración de fichas técnicas y documentación comercial de los productos.
- Consolidar un brochure comercial orientado específicamente al mercado internacional.
- Fortalecer la preparación del Pitch de Ventas para facilitar la presentación de la empresa ante compradores internacionales.
- Continuar desarrollando estrategias de negociación internacional que permitan a la empresa responder a diferentes volúmenes y condiciones de compra.
- Evaluar posteriormente la posibilidad de utilizar otros Incoterms de acuerdo con las capacidades logísticas y comerciales de Frutiboy.

10.4 Limitaciones o dificultades

- La premura del tiempo para atender la solicitud limitó el desarrollo de un análisis más amplio de las diferentes alternativas de cotización internacional.
- La propuesta de precios fue elaborada exclusivamente bajo el Incoterm EXW.
- La limitada experiencia logística de exportación de la empresa restringió la posibilidad de estructurar inicialmente cotizaciones bajo condiciones como FOB.
- La formulación de precios requiere actualización periódica debido a las variaciones de la tasa representativa del mercado y otros factores comerciales.
- La información disponible se concentró principalmente en la formulación preliminar de precios y recomendaciones comerciales.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Para futuras asesorías sería necesario profundizar en aspectos relacionados con logística internacional, costos de transporte, seguros, documentación y procedimientos de exportación.

10.5 Estado del entregable

Finalizado. Se desarrolló una asesoría para la empresa Frutiboy enfocada en la formulación de precios de exportación bajo el Incoterm EXW, estableciendo diferentes alternativas de cotización de acuerdo con los volúmenes de comercialización. Adicionalmente, se generaron recomendaciones relacionadas con estrategias de negociación y promoción comercial para la participación de la empresa en la Macrorrueda de Negocios “Colombia, el país de la belleza”. El ejercicio permitió entregar insumos técnicos y comerciales orientados a fortalecer la preparación de la empresa para su relacionamiento con posibles compradores internacionales.

10.6 Conclusiones

- La asesoría realizada permitió estructurar una propuesta inicial de precios para exportación de la pulpa de fruta congelada de Frutiboy bajo el Incoterm EXW.
- La formulación de diferentes precios según el volumen de compra permitió establecer alternativas comerciales para clientes que requieran diferentes cantidades del producto.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Se evidenció una reducción del precio por kilogramo a medida que aumenta el volumen de comercialización, generando condiciones comerciales diferenciadas para posibles compradores.
- La utilización inicial del Incoterm EXW representa una alternativa adecuada para la empresa, teniendo en cuenta su limitada experiencia en procesos logísticos internacionales.
- La asesoría identificó la posibilidad de avanzar posteriormente hacia modalidades de negociación como FOB, a medida que Frutiboy fortalezca sus capacidades de exportación.
- La preparación de fichas técnicas, muestras, catálogos, certificados de calidad y material comercial es fundamental para fortalecer la presentación de la empresa ante posibles importadores.
- La preparación de un Pitch de Ventas puede contribuir a mejorar la comunicación de la propuesta de valor de Frutiboy durante espacios de negociación internacional.
- El ejercicio desarrollado aportó herramientas iniciales para fortalecer la preparación comercial y exportadora de la empresa, generando una base para futuras acciones relacionadas con internacionalización y negociación internacional.

1996/2026

Memoria que trasciende

XI. LÍNEA DE ACCIÓN: CONSULTORÍA CON LA SECRETARÍA DE AGRICULTURA DE LA GOBERNACIÓN DE BOYACÁ

Durante el periodo de práctica se apoyó el desarrollo de una línea de gestión, prospección y relacionamiento estratégico con diversas empresas y asociaciones agroindustriales del departamento de Boyacá, orientada a la identificación de necesidades operativas, comerciales y de internacionalización en el marco de los servicios del Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior. Esta línea de trabajo se desarrolló mediante el abordaje, caracterización y seguimiento directo a organizaciones productivas clave de la región pertenecientes a sectores como frutas de exportación (pitahaya, passifloras, guanábana, guayaba, arándanos y uchuva orgánica), lácteos (Queso Paipa) y derivados del maíz. A través de canales directos de comunicación y soporte digital, se gestionó la presentación de servicios institucionales, el envío de *brochures* informativos y la concertación de mesas de trabajo virtuales. Asimismo, se brindó acompañamiento en la atención y diagnóstico técnico preliminar de organizaciones con oferta exportable activa, evaluando sus requerimientos específicos para la inserción y consolidación en mercados internacionales. El ejercicio estuvo orientado a consolidar una base de vinculación efectiva con el sector productivo regional, facilitando el levantamiento de insumos técnicos y la proyección de asesorías especializadas en comercio exterior para potenciar la competitividad territorial.

1996/2026

Memoria que trasciende

11.1 Acciones - Actividades

- Desarrollo de un proceso de prospección, caracterización y relacionamiento directo con empresas y asociaciones productivas del departamento de Boyacá.
- Ejecución de llamadas de contacto inicial y seguimiento para la presentación institucional de servicios, envío de *brochures* y material informativo a través de canales digitales (WhatsApp y correo electrónico).
- Gestión y agendamiento de reuniones virtuales de trabajo para el levantamiento de requerimientos y evaluación de necesidades operativas/comerciales.
- Diagnóstico preliminar del estado de internacionalización, capacidad instalada y potencial exportador de los actores agroindustriales y agroalimentarios de la región.

11.1.1 Análisis de empresas y asociaciones regionales priorizadas:

- **Asociación ANUC (Zetaquirá):** Productores de pitahaya y pasifloras con perfil de exportación.
- **Asociación COOFRUTUN / TUNLINGUA (Cómbita):** Productores y transformadores de guanábana y guayaba.
- **Asociación de Cultivadores de Arándanos de Boyacá (Tunja):** Productores y comercializadores de arándanos frescos.

1996/2026

Memoria que trasciende

- **FruFreeze SAS (Santa Rosa de Viterbo / Bogotá):** Procesadores de uchuva orgánica enfocados en el mercado europeo.
- **Camporeal (Jenesano):** Empresa láctea dedicada a la producción de Queso Paipa.
- **Amasijos Buen Gusto:** Empresa elaboradora de amasijos tradicionales boyacenses.
- **Asociación de Productores Agropecuarios:** Organización enfocada en la producción y distribución de arepas boyacenses.

11.2 Número de logros o acciones concretas

- **Mapeo y contacto efectivo:** Abordaje de 7 organizaciones productivas y asociativas de Boyacá en líneas clave como frutas de exportación, lácteos y derivados del maíz.
- **Agendamiento de mesas de trabajo:**
- **ANUC:** Reunión virtual agendada (martes 2:00 PM) con el equipo técnico asignado (Lizeth Sáenz, Angie Paola González Rodríguez, Juan Sebastián Peña Bamba).
- **Asociación de Cultivadores de Arándanos de Boyacá:** Reunión virtual confirmada para el jueves 07 de mayo a las 2:00 PM con el contacto representativo.
- **Camporeal:** Concertación exitosa de reunión virtual para el jueves 14 de mayo tras la actualización de datos directos del encargado de planta.

1996/2026

Memoria que trasciende

- **Frufreeze SAS:** Ejecución de reunión virtual diagnóstica (24 de abril) para atender solicitudes específicas previas a su proceso de exportación de uchuva orgánica hacia Francia.

11.3 Acciones de mejora

- **Depuración y actualización de bases de datos:** Implementar mecanismos de verificación previa de líneas telefónicas para reducir la tasa de números equivocados o fuera de servicio.
- **Diversificación de canales de comunicación:** Establecer protocolos de reintento telefónico estructurados e intensificar la gestión por correo institucional cuando el contacto telefónico sea fallido.
- **Cierre de compromisos técnicos:** Agilizar la recepción y procesamiento de la información pendiente requerida a empresas en fase de diagnóstico (como Frufreeze SAS) para avanzar hacia la fase de consultoría formal.

11.4 Limitaciones o dificultades

- **Baja tasa de respuesta inicial:** Dificultad recurrente para establecer comunicación telefónica efectiva al primer intento con representantes legales o jefes de planta.

1996/2026

Memoria que trasciende

- **Inconsistencia en datos de contacto:** Identificación de números telefónicos erróneos o desactualizados que retrasan el agendamiento y la gestión comercial.
- **Dependencia de la disponibilidad del empresario:** Tiempos de espera prolongados entre el primer envío de información institucional y la confirmación efectiva de reuniones.

11.5 Estado del entregable

En Proceso / En Ejecución. Se completó la fase inicial de contacto, envío de información y agendamiento con la mayoría de los actores asignados. Se registran reuniones ejecutadas, sesiones agendadas para el mes de mayo y gestiones abiertas para la consecución de nuevos contactos en las empresas con fallas de comunicación.

11.5.1 Conclusiones

- El ejercicio de acercamiento directo permitió validar el interés comercial y de acompañamiento técnico de importantes sectores agroindustriales de Boyacá, destacando el potencial exportador de la uchuva, la pitahaya y los arándanos.
- La combinación de llamadas telefónicas directas con el soporte de información vía WhatsApp/correo demostró ser la estrategia más efectiva para lograr la concertación de agendas virtuales.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Se consolida una base de trabajo concreta para brindar servicios de consultoría especializada a empresas con proyección internacional activa (Frufreeze SAS a Francia) y asociaciones que requieren estructuración comercial.
- La identificación oportuna de cuellos de botella en la comunicación permite reorientar los esfuerzos de gestión hacia la búsqueda de contactos alternativos, garantizando la cobertura total del directorio asignado.

XII. LÍNEA DE ACCIÓN: BASE DE DATOS CONVENIOS EMPRESARIALES PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Durante el periodo de práctica se apoyó el desarrollo de una línea de gestión, revisión y seguimiento de convenios de práctica profesional e interinstitucionales del programa de Negocios Internacionales y de la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja. Esta línea de trabajo se desarrolló mediante el diagnóstico exhaustivo de la vigencia, naturaleza y estado operativo de un amplio abanico de convenios nacionales vigentes, en proceso de vencimiento o vencidos con entidades públicas, administraciones municipales, agencias aduaneras, cooperativas, operadoras logísticas y empresas del sector privado. A través de la consolidación de información institucional y de contacto, se estructuraron acciones orientadas a la actualización y renovación de alianzas estratégicas para asegurar plazas de práctica académica y proyectar marcos de

1996/2026

Memoria que trasciende

cooperación científica, investigativa y social. El ejercicio estuvo enfocado en fortalecer los vínculos interinstitucionales de la universidad, garantizando la continuidad de espacios de inserción laboral para los estudiantes y optimizando la articulación académica con el entorno empresarial y gubernamental regional y nacional.

12.1 Acciones - Actividades

- Revisión, clasificación y auditoría del estado legal y vigencia de los convenios de práctica y cooperación interinstitucional del programa de Negocios Internacionales y la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja.
- Identificación y consolidación de un directorio con datos de contacto, fechas de firma, vencimiento y requerimientos de renovación de convenios con entidades públicas y privadas.
- Mapeo de convenios por estado operativo (Vigentes, A un año de vencer, Próximos a vencer y Vencidos) para la priorización de gestiones administrativas.
- Proyección y seguimiento a la renovación de alianzas estratégicas con alcaldías municipales, cooperativas, agencias de aduanas, empresas de logística y entidades del sector público.

1996/2026
Memoria que trasciende

12.1.1 Análisis de convenios y entidades por sector:

- **Sector Público y Entidades Gubernamentales:**
- Contraloría Municipal de Tunja
- Instituto de Fomento y Desarrollo de Boyacá (IDEBOY)
- Instituto de Tránsito de Boyacá (ITBOY)
- Lotería de Boyacá
- Nueva Licorera de Boyacá
- SENA
- Unidad Administrativa Especial DIAN
- **Convenios Marco con Administraciones Municipales:**
- Municipio de Chivatá
- Municipio de Cucaita
- Municipio de La Uvita
- Municipio de Monguí
- Municipio de Santa Sofía
- Municipio de Sativasur
- Municipio de Villanueva
- **Gremial y Cámaras de Comercio:**
- Cámara de Comercio de Duitama

1996/2026

Memoria que trasciende

- Cámara de Comercio de Tunja (Seccional Chiquinquirá)
- **Agencias de Aduanas, Logística y Comercio Exterior:**
- Agencia de Aduanas ASERCOL S.A. Nivel 1
- Alpasar Servicios Logísticos S.A.
- Inter Rapidísimo S.A.
- Kuehne + Nagel S.A.S.
- Profesionales en Asesoría de Seguros y Comercio Exterior S.A.S.
- Star Logistics S.A.S.
- Transcointer S.A.S.
- **Sector Agroindustrial y Comercial:**
- Agrocidal S.A.S.
- Almacenes Parissa
- Coleagro S.A.S.
- Gabriel Jiménez Castellanos (Autoservicio Paguemenos Samacá)
- Hacao S.A.S.
- Nestlé de Colombia S.A.
- Norberto Alexander Solano Torres (Autoservicio La Granja)
- Novacampo S.A.S. - Sociedad de Comercialización Internacional
- Panamericana Librería y Papelería S.A.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Viñedo Ain Karim
- **Sector Financiero, Servicios e Industria:**
- COMFABOY
- COOPRODECOL Ltda.
- Hit Data S.A.S.
- Hotel Calle Principal / HE Solutions S.A.S.
- I7 S.A.S.
- Japon Korea Bogotá S.A.S.
- Carat Colombia S.A.S.
- Checorepuestos S.A.S.
- CNE Oil & Gas S.A.S.
- Lavandería Super Blanca NOP S.A.S.
- Colombiana de Rieles S.A.S.
- Marcelo García MG Marcel S.A.S.
- Pasar Express S.A.S.
- Elite Won
- Experts Colombia S.A.S.
- Global Operadora Hotelera S.A.S.
- Wayna Colombia S.A.S.

1996/2026

Memoria que trasciende

- Organización Educativa Nuevo Milenio S.A. (Country Bilingual School)
- Outsourcing Servicios Informáticos S.A.S. BIC
- Righa S.A.S.
- Scala Colombia S.A.S.
- Servicios Digitales Avanzados S.A.S.
- Soelco S.A.S.
- Summum Energy
- Superfluids S.A.S.
- Vidrio Templados y Laminados de Santander (VITELSA)
- Viento Lab S.A.S.
- Infogex
- **Académico e Investigación:**
- Universidad Nacional de Colombia (Facultad de Minas)

12.2 Número de logros o acciones concretas

- **Auditoría integral de convenios:** Consolidación y diagnóstico de **54 convenios** interinstitucionales y de prácticas profesionales de la Seccional.
- **Mapeo por estado de vigencia:**

1996/2026

Memoria que trasciende

- **Convenios Vigentes:** Verificación de 20 convenios activos en plena operatividad (p. ej., ASERCOL, Kuehne + Nagel, Agrocidal, Lotería de Boyacá, Cámaras de Comercio, Nestlé, Vitelsa, entre otros).
- **Convenios a un año de vencer:** Identificación de 18 convenios que requieren plan de seguimiento previo para su prórroga (p. ej., IDEBOY, ITBOY, Inter Rapidísimo, Hotel Calle Principal, Almacenes Parissa, Nueva Licorera de Boyacá, municipios de Chivatá, Cucaita, La Uvita, Santa Sofía, Sativasur, Villanueva, entre otros).
- **Convenios próximos a vencer:** Detección de 7 convenios con requerimiento de renovación inmediata (Contraloría Municipal de Tunja, COOPRODECOL, CNE Oil & Gas, Lavandería Super Blanca, Elite Won, Nestlé, Novacampo).
- **Convenios Vencidos:** Identificación de 8 convenios vencidos para evaluar su reactivación o cierre administrativo (COMFABOY, Hit Data, Panamericana, SENA, Soelco, Pasar Express, Viñedo Ain Karim, entre otros).
- **Convenios Indefinidos / En verificación:** Seguimiento al estado del convenio con la DIAN.

1996/2026

Memoria que trasciende

12.3 Acciones de mejora

- **Implementación de alertas tempranas:** Crear un cronograma de alertas automáticas a 6 y 3 meses del vencimiento de cada convenio para evitar la interrupción de prácticas estudiantiles.
- **Estandarización del proceso de renovación:** Diseñar una ruta ágil de trámite documental para la firma de prórrogas con alcaldías, entidades públicas y agencias logísticas.
- **Actualización del directorio de contactos:** Verificar y corregir periódicamente los números de teléfono, correos electrónicos y enlaces web de los representantes o tutores institucionales.
- **Reactivación de aliados estratégicos:** Priorizar la renegociación de convenios vencidos con alta demanda de practicantes o valor académico (p. ej., COMFABOY, SENA, Panamericana).

12.4 Limitaciones o dificultades

- **Desactualización de datos de contacto:** Dificultad para entablar comunicación directa con algunas entidades debido a números telefónicos o correos corporativos desactualizados.

1996/2026

Memoria que trasciende

- **Lentitud en trámites burocráticos:** Tiempos de respuesta prolongados por parte de alcaldías municipales y entidades gubernamentales para la firma de prórrogas o adiciones.
- **Alta tasa de convenios en fase crítica de vencimiento:** Concentración de convenios próximos a vencer o vencidos en un mismo periodo académico, aumentando la carga administrativa de gestión.

12.5 Estado del entregable

En Proceso / Concluido en Fase de Diagnóstico. Se entregó la matriz de caracterización de convenios totalmente actualizada con la semaforización de vigencias y datos de contacto, sirviendo como insumo estratégico para que la Facultad de Negocios Internacionales inicie las gestiones formales de renovación y apertura de nuevas plazas de práctica.

12.6 Conclusiones

- El diagnóstico detallado del estado de los convenios permitió visibilizar la red de alianzas institucionales del programa de Negocios Internacionales, identificando prioridades claras para la gestión administrativa.
- Se evidenció una cobertura multisectorial estratégica que abarca desde agencias de aduanas y empresas de logística internacional hasta municipios y entidades públicas, lo que diversifica los perfiles de práctica para los estudiantes.

1996/2026

Memoria que trasciende

- La identificación de 25 convenios entre vencidos y próximos a vencer representa una oportunidad inmediata para fortalecer el relacionamiento interinstitucional y adecuar los compromisos académicos a las necesidades actuales del entorno empresarial y público.

XIII. LÍNEA DE ACCIÓN: BASE DE DATOS DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES QUE REALIZARON PRÁCTICAS PROFESIONALES DURANTE EL PERIODO DEL AÑO 2020 HASTA EL 2026

Durante el periodo evaluado se llevó a cabo el seguimiento, consolidación y análisis del histórico de vinculación de estudiantes del programa de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja en sus prácticas profesionales e interinstitucionales (abarcando periodos desde 2020-1 hasta 2026-1). Esta línea de trabajo permitió mapear la distribución geográfica, sectorial y operativa de los practicantes, evaluando los convenios suscritos con entidades públicas, multinacionales, agencias aduaneras, empresas de consumo masivo, entidades financieras y organismos internacionales. A través de la auditoría de registros académicos de asignación de plazas, se identificaron los principales focos de desempeño profesional, tales como la distribución física internacional (DFI) y logística, marketing internacional, análisis financiero/económico, diplomacia comercial y gestión aduanera. El ejercicio aportó insumos clave para medir la efectividad de las alianzas de práctica, identificar

1996/2026

Memoria que trasciende

patrones de contratación estudiantil y fortalecer la proyección laboral de la facultad tanto a nivel regional y nacional como internacional.

13.1 Acciones - Actividades

- Auditoría, consolidación y sistematización del histórico de plazas de prácticas profesionales y pasantías adjudicadas a estudiantes del programa de Negocios Internacionales entre los periodos 2020-1 y 2026-1.
- Clasificación de los centros de práctica según su ámbito geográfico (Local, Regional, Nacional e Internacional) y naturaleza jurídica (Pública y Privada).
- Mapeo y segmentación de las organizaciones receptoras de estudiantes según el sector económico y las funciones operativas asignadas (Logística, Marketing, Finanzas, Comercio Exterior, Gestión Pública y Diplomacia).
- Identificación de las competencias clave desarrolladas por los estudiantes en las entidades aliadas, evaluando el impacto de la inserción laboral y el cumplimiento de los planes de estudio.

13.1.1 Análisis de vinculación por sectores y entidades clave:

Entidades Públicas y Gubernamentales (Nacional, Regional y Local):

- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)

1996/2026

Memoria que trasciende

- Gobernación de Boyacá (Secretaría de Desarrollo Empresarial, Marketing)
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)
- Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia
- Alcaldía Mayor de Tunja y Alcaldías Municipales (Chíquiza, Motavita, Turmequé, Villa de Leyva, Villanueva, Chiquinquirá, Barbosa)
- Empresas Públicas de Boyacá S.A. E.S.P.
- Lotería de Boyacá y Nueva Licorera de Boyacá
- Fuerza Aérea Colombiana (FAC)
- Contraloría General - Boyacá

Multinacionales y Grandes Empresas Privadas:

- Schneider Electric, Kimberly Clark, Nestlé de Colombia, Bimbo, Robert Bosch Ltda., Volvo, Natura Cosméticos, Samsung Colombia
- Sodimac Colombia S.A. (Homecenter), Tiendas D1, Cencosud, Grupo Éxito, Makro Colombia, Alimentos Polar, Bavaria, Comestibles Ricos S.A.

Agencias de Logística, Operaciones y Cadena de Suministro:

- DHL, Kuehne + Nagel S.A.S., DSV Panalpina, Transborder S.A.S., Pasarex S.A.S., Lean Logistics, Contactamos Outsourcing, AerCaribe S.A.S., Servicio Aéreo de Boyacá

1996/2026

Memoria que trasciende

- Agencia Profesional de Aduanas (SIAP), ASERCOL S.A., PROASECOMEX S.A.

Sector Financiero y Banca:

- Banco de Bogotá, Banco Davivienda, Grupo Bancolombia, Banco Itaú, Scotiabank Colpatria, BBVA Colombia, Banco AV Villas, La Hipotecaria

Entidades e Instituciones Internacionales:

- Canal de Panamá (Panamá - Periplo Internacional)
- KOTRA (Oficina Comercial de la Embajada de Corea)
- Consulado de Colombia en Guadalajara (México)
- Secretaría General de la Comunidad Andina - CAN (Perú)
- Targobank (España), IBC Logistics (México), Flowering The World (España), Universidad Politécnica de Valencia (España)

13.2 Número de logros o acciones concretas

- **Consolidación del registro histórico:** Sistematización de más de 120 registros de prácticas profesionales desarrolladas en los últimos semestres académicamente evaluados.

Mapeo por ámbito de desempeño:

1996/2026

Memoria que trasciende

- **Nacional e Internacional masivo:** Más de 70 practicantes ubicados en empresas líderes con sede en Bogotá, Cundinamarca y principales capitales.
- **Regional y Local:** Más de 40 vinculaciones efectivas en Tunja, Duitama, Sogamoso, Paipa y municipios de Boyacá, fortaleciendo el impacto en el entorno local.
- **Proyección Internacional activa:** Registro de pasantías y periplos internacionales en Panamá (Canal de Panamá), México, Perú, España y organismos multilaterales.

Determinación de perfiles funcionales predominantes:

- **Logística y Cadena de Suministro (DFI):** Aproximadamente 35% de los practicantes enfocados en procesos operativos de importación, exportación, aduanas y distribución.
- **Marketing y Mercadeo Internacional:** Alrededor del 30% dedicados al posicionamiento de marca, análisis de mercados y desarrollo comercial.
- **Finanzas y Comercio Exterior:** Cerca del 25% apoyando análisis económicos, gestión financiera y bancaria.
- **Relaciones Internacionales y Diplomacia:** 10% vinculados a embajadas, agencias de cooperación y consulados.

1996/2026

Memoria que trasciende

13.3 Acciones de mejora

- **Digitalización del sistema de seguimiento:** Migrar el registro histórico de prácticas desde bases estáticas hacia una plataforma centralizada que permita medir el nivel de vinculación laboral post-práctica.
- **Fidelización de plazas estratégicas:** Priorizar la renovación de convenios con multinacionales y entidades de alta recurrencia de estudiantes (p. ej., INVIMA, Schneider Electric, Banco de Bogotá, Gobernación de Boyacá, D1).
- **Expansión de la oferta internacional:** Incrementar los acuerdos interinstitucionales para pasantías internacionales directas, tomando como caso exitoso las vinculaciones en Panamá, México y Perú.
- **Estandarización de entregables de práctica:** Homologar los objetivos y las intensidades horarias (420h a 736h) para garantizar una medición uniforme de las competencias adquiridas en el sector laboral.

13.4 Limitaciones o dificultades

- **Inconsistencias en registros antiguos:** Detección de casillas con datos pendientes o no registrados en convocatorias previas a 2023 (p. ej., faltantes de documento de identidad o especificación de funciones exactas).

1996/2026

Memoria que trasciende

- **Alta concentración en la capital:** Marcada tendencia de movilidad de estudiantes hacia Bogotá D.C. debido a la concentración de multinacionales, lo que exige fortalecer la consecución de plazas de calidad en el departamento de Boyacá.
- **Variabilidad en las intensidades horarias:** Diferencias en el cómputo de horas de práctica requeridas según el plan de estudios o la modalidad del convenio con la empresa.

13.5 Estado del entregable

Concluido / Matriz Consolidada. Se entregó la base de datos histórica de practicantes totalmente depurada, clasificada por semestres, tipo de entidad, municipio y línea de desempeño laboral, sirviendo como herramienta estratégica para la coordinación de prácticas de la Facultad de Negocios Internacionales.

13.5.1 Conclusiones

- La diversidad de empresas e instituciones mapeadas demuestra el alto posicionamiento y la versatilidad profesional del perfil del estudiante de Negocios Internacionales de la USTA Tunja en los sectores público y privado.
- La fuerte presencia de estudiantes en áreas de Logística, Marketing Internacional y Finanzas en multinacionales valida la pertinencia de la estructura curricular frente a las demandas del mercado laboral actual.

1996/2026

Memoria que trasciende

- La consolidación de este histórico de prácticas facilita la toma de decisiones institucionales para gestionar y renovar prioritaria y oportunamente los convenios con los aliados estratégicos con mayor capacidad de absorción de practicantes.

XIV. CONCLUSIONES GENERALES

El desarrollo de las prácticas profesionales permitió apoyar diferentes procesos del Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior de la Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja, principalmente en actividades relacionadas con el relacionamiento institucional, la gestión de posibles convenios, la realización de consultorías y la recopilación y organización de información. Las actividades desarrolladas durante este periodo permitieron fortalecer diferentes procesos del consultorio y generar información que puede ser utilizada para futuros proyectos, alianzas y procesos de acompañamiento.

Una de las principales líneas de trabajo estuvo relacionada con el acercamiento a cámaras de comercio nacionales y binacionales. Durante este proceso se realizaron contactos por medio de llamadas telefónicas, correos electrónicos, WhatsApp y reuniones virtuales, con el propósito de presentar los servicios del Consultorio de Comercio Exterior y explorar posibles oportunidades de cooperación. Se logró establecer comunicación con diferentes cámaras, algunas de las cuales mostraron interés y otras quedaron en proceso de revisión. Aunque varios de estos

1996/2026
Memoria que trasciende

acercamientos requieren seguimiento, el proceso permitió crear una base de contactos institucionales que puede ser útil para futuros convenios, alianzas y actividades de cooperación.

También se participó en procesos de consultoría empresarial. Uno de ellos fue realizado para Frutiboy, una empresa ubicada en Duitama, Boyacá. La asesoría estuvo enfocada en la formulación de precios para exportación de pulpa de fruta congelada, estrategias de negociación y recomendaciones para la promoción comercial de la empresa en la Macrorrueda de Negocios “Colombia, el país de la belleza”. Como resultado, se estructuraron diferentes alternativas de precios bajo el Incoterm EXW, teniendo en cuenta los diferentes volúmenes de comercialización. Además, se realizaron recomendaciones relacionadas con la preparación de fichas técnicas, catálogos, muestras, certificados de calidad y la elaboración de un Pitch de Ventas para la presentación ante posibles compradores.

De igual manera, se desarrollaron actividades relacionadas con la consultoría realizada junto con la Secretaría de Agricultura de la Gobernación, lo que permitió participar en procesos de apoyo y análisis relacionados con las necesidades identificadas dentro de esta entidad. Este tipo de actividades permitió conocer de manera más cercana la importancia de la relación entre la universidad y las instituciones públicas, así como las posibilidades que existen para que el Consultorio de Comercio Exterior pueda aportar desde los conocimientos y herramientas propias del programa de Negocios Internacionales.

1996/2026
Memoria que trasciende

Otra actividad importante fue la creación y organización de bases de datos de empresas que podrían representar posibles oportunidades de convenio para los estudiantes del programa de Negocios Internacionales. Esta información puede facilitar la identificación de empresas e instituciones interesadas en recibir practicantes y contribuir a mejorar la búsqueda de nuevos espacios para el desarrollo de las prácticas profesionales. La construcción de esta base de datos representa una herramienta que puede ser actualizada y utilizada por la universidad en futuros procesos.

Asimismo, se realizó la recopilación y organización de información sobre los estudiantes del programa de Negocios Internacionales que realizaron sus prácticas profesionales entre los años 2020 y 2026. Esta base de datos permitió identificar las empresas e instituciones en las cuales los estudiantes desarrollaron sus prácticas durante este periodo. La organización de esta información puede ser útil para conocer los antecedentes de las prácticas del programa, identificar empresas que han recibido estudiantes anteriormente y facilitar futuros procesos de seguimiento y búsqueda de nuevas oportunidades.

Durante el desarrollo de las diferentes actividades se presentaron algunas dificultades, principalmente relacionadas con los tiempos de respuesta de las instituciones y empresas contactadas. En varios casos fue necesario realizar seguimientos y buscar nuevos medios de contacto para poder obtener una respuesta. También se evidenció la importancia de mantener

1996/2026
Memoria que trasciende

organizada y actualizada la información recopilada, especialmente en los procesos relacionados con contactos institucionales, empresas y antecedentes de prácticas.

Las prácticas profesionales permitieron fortalecer diferentes habilidades relacionadas con la comunicación, el contacto institucional, la elaboración y presentación de información, la organización de bases de datos y el apoyo en procesos de consultoría. Además, permitieron aplicar conocimientos adquiridos durante la carrera de Negocios Internacionales en situaciones reales, especialmente en temas relacionados con comercio exterior, internacionalización, negociación y relacionamiento con empresas e instituciones.

Finalmente, el desarrollo de las prácticas permitió conocer de manera más cercana el trabajo realizado desde el Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior y la importancia que tiene este espacio como apoyo para empresas, instituciones y estudiantes. Las actividades desarrolladas dejaron avances importantes en materia de posibles convenios, contactos institucionales, consultorías y organización de información. Sin embargo, también se evidenció la necesidad de continuar realizando seguimiento a los procesos iniciados, actualizar las bases de datos y mantener el contacto con las empresas e instituciones, con el fin de aprovechar las oportunidades generadas y continuar fortaleciendo el trabajo desarrollado desde el Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior.

1996/2026
Memoria que trasciende

XV. REFERENCIAS

Agrolatam. (2025). *Frutas colombianas conquistaron el mundo: crecieron las exportaciones de exóticos como la uchuva y la gulupa.* <https://www.agrolatam.com/nota/colombia-frutas-exoticas-exportaciones-2024/>

Base de datos CONTACTOS COMEX <https://www.camaracolombochina.com/>
<https://www.camaracolombojaponesa.org/> <https://cccolomboturca.com/>
<https://comvenezuela.com>

Legiscomex. (sf). *Clasificación arancelaria – Exportación de frutas exóticas colombianas.* <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/clasificacion-estudiofrutas-exoticas.pdf>

Procolombia https://procolombia.co/search?search_api_fulltext=uchuva

Agrolatam. (2025). *Frutas colombianas conquistaron el mundo: crecieron las exportaciones de exóticos como la uchuva y la gulupa.* <https://www.agrolatam.com/nota/colombia-frutas-exoticas-exportaciones-2024/>

1996/2026

Memoria que trasciende

Becerra, M., & Gallardo, C. (2015). Análisis de la competitividad y gestión administrativa de las MiPyMEs en Boyacá. Ediciones Universidad Santo Tomás.

Cámara de Comercio Internacional. (2020). Incoterms® 2020: Reglas de la Cámara de Comercio Internacional para el uso de términos de comercio nacional e internacional. ICC Publication.

Gobernación de Boyacá. (2026). Plan de desarrollo departamental y apoyo al sector agroindustrial. <https://www.boyaca.gov.co/>

ProColombia. (2024). Guía práctica de preparación para macrorruedas y negociación internacional. <https://procolombia.co/>

Secretaría de Agricultura de Boyacá. (2026). Caracterización y potencial exportador de las cadenas agroproductivas del departamento. <https://www.boyaca.gov.co/secretariaagricultura2/>

1996/2026
Memoria que trasciende

Universidad Santo Tomás. (2024). Reglamento general de prácticas profesionales de la Facultad de Negocios Internacionales. Ediciones USTA.

XVI. ANEXOS

PRÁCTICA JUAN ESTEBAN MIÑO RAMÍREZ

INFORME EJECUTIVO

XVII. RESUMEN EJECUTIVO

Este informe abarca todos los resultados obtenidos durante las actividades realizadas dentro de las prácticas profesionales realizadas dentro del Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior de la Universidad Santo Tomás de la ciudad de Tunja. Para este, se llevó a cabo un trabajo y una propuesta de mejora dividido en 8 líneas de acción dedicadas a fortalecer los diferentes aspectos empresariales que posee el consultorio relacionándolo nacional e internacionalmente con diversas entidades empresariales.

1996/2026
Memoria que trasciende

XVIII. CIFRAS CLAVE

Indicador	Resultado
Cámaras de Comercio Nacionales en Seguimiento	26 entidades
Cámaras de Comercio Nacionales Contactadas	15 entidades
Cámaras de Comercio Binacionales en Seguimiento	17 entidades
Cámaras de Comercio Binacionales Contactadas	7 entidades
Organizaciones Agroindustriales de Boyacá Abordadas	7 organizaciones
Convenios Interinstitucionales Auditados	54 convenios
Convenios Vigentes	20 convenios
Convenios a Un Año de Vencer	18 convenios
Convenios Próximos a Vencer (Renovación Inmediata)	7 convenios
Convenios Vencidos	8 convenios
Registros Históricos de Practicantes Consolidados (2020-2026)	Más de 120 registros
Practicantes en Sedes Nacionales / Internacionales	Más de 70 practicantes
Practicantes en Entidades Regionales / Locales (Boyacá)	Más de 40 practicantes

1996/2026
Memoria que trasciende

TUNJA - BOYACÁ - PBX: (608) 744 0404

Campus Centro Histórico: Cl. 19 No. 11 - 64 - Campus Avenida Universitaria:
Edificio Fray Giordano Bruno, O.P.: Av. Universitaria Cl. 48 No. 1-235 este.
Edificio Santo Domingo de Guzmán: Av. Universitaria No. 45 - 202.
Santoto Services: Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106.

ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
— MULTICAMPUS —
DE ALTA CALIDAD POR 8 AÑOS
Resolución 014535 del 18 de julio de 2022

XIX. RESULTADOS Y ESTADOS DE LAS LINEAS DE ACCIÓN

Línea de Acción	Resultados Principales	Estado del Entregable
Convenios con Cámaras de Comercio Nacionales e Internacionales	Contacto con 22 cámaras (15 nacionales y 7 binacionales). Envío de propuestas institucionales y reuniones virtuales con entidades como la Cámara de Putumayo y Cámara Colombo Peruana.	En proceso
Consultoría de Frutiboy	Estructuración de cotización internacional EXW en tres escalas de volumen (pallet, contenedor 20' y 40'). Preparación del Pitch de Ventas y material comercial para la Macrorrueda "Colombia, el país de la belleza".	Finalizado
Consultoría con la Secretaría de Agricultura de Boyacá	Mapeo y contacto de 7 organizaciones agroindustriales (ANUC, COOFRUTUN, Arándanos, FruFreeze, Camporeal, etc.). Agendamiento de reuniones diagnósticas para exportación de uchuva a Francia.	En proceso / En ejecución

1996/2026

Memoria que trasciende

Base de Datos Convenios Empresariales (Prácticas)	Auditoría y semaforización de 54 convenios. Mapeo legal detallado: 20 vigentes, 18 a un año de vencer, 7 próximos a vencer y 8 vencidos.	En proceso / Concluido en Fase de Diagnóstico
Base de Datos Histórica de Practicantes (2020-2026)	Consolidación y segmentación de más de 120 registros de estudiantes. Clasificación por ámbito geográfico, sector económico y perfil funcional (DFI, Marketing, Finanzas, Diplomacia).	Concluido / Matriz Consolidada

XX. ACCIONES PRIORITARIAS

Objetivo	Acción	Meta
Garantizar la sostenibilidad de plazas de práctica	Implementar un sistema de alertas tempranas automáticas a 6 y 3 meses del vencimiento de cada convenio.	Tramitar la renovación del 100% de los 15 convenios críticos (vencidos y próximos a vencer).

1996/2026
Memoria que trasciende

Optimizar la gestión de contactos y seguimiento comercial	Digitalizar la base de datos migrando de archivos estáticos a un sistema CRM centralizado.	Unificar y actualizar el 100% de los registros de empresas, cámaras de comercio y tutores de práctica.
Avanzar en la madurez exportadora de empresas regionales	Estructurar matrices de costos de exportación integrales incorporando Incoterms de mayor responsabilidad (p. ej., FOB).	Entregar propuestas de cotización FOB actualizadas y fichas técnicas a las empresas asesoradas (p. ej., Frutiboy y FruFreeze).
Aumentar la tasa de conversión en alianzas institucionales	Establecer un protocolo estandarizado de reintentos telefónicos y seguimiento por correo institucional para cámaras de comercio y asociaciones.	Concretar mesas de trabajo virtuales con al menos el 50% de las cámaras de comercio en estado de revisión.
Expandir la presencia laboral de los estudiantes	Priorizar la firma de nuevos convenios marco y pasantías directas con entidades internacionales y multinacionales.	Incrementar en un 15% las plazas de práctica en el ámbito internacional y multinacional.

1996/2026
Memoria que trasciende

XXI. CONCLUSIONES GENERALES

La realización de esta práctica profesional en el Consultorio y Observatorio de Comercio Exterior de la Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja representó una de las experiencias más enriquecedoras de mi carrera, al permitirme aplicar de forma directa los conocimientos adquiridos en la universidad a situaciones reales del entorno empresarial y comercial. A lo largo de este periodo, logré aportar al fortalecimiento de las diferentes líneas de trabajo de la unidad, combinando el acompañamiento técnico a empresas, la auditoría y actualización de convenios, la gestión de alianzas institucionales y el análisis de la información histórica de practicantes.

En primer lugar, el trabajo desarrollado con empresas y asociaciones agroindustriales de Boyacá me permitió dimensionar los retos reales que enfrentan las MiPyMEs locales al intentar acceder a mercados internacionales. El desarrollo de ejercicios prácticos, como la formulación de precios de exportación bajo el Incoterm EXW para la pulpa de fruta congelada de Frutiboy o el diagnóstico técnico para la exportación de uchuva de FruFreeze a Francia, demostró que un acompañamiento estructurado en costos, logística y estrategia comercial es fundamental para que el sector productivo regional pueda competir en el exterior.

Por otro lado, el proceso de prospección con cámaras de comercio nacionales e internacionales dejó evidencia de la importancia de mantener una gestión comercial activa y constante. Aunque los tiempos de respuesta del sector institucional suelen ser variables, se logró

1996/2026

Memoria que trasciende

consolidar una red estratégica de contactos y programar mesas de trabajo virtuales que abren oportunidades concretas para futuros convenios y proyectos de facilitación del comercio.

En cuanto a la gestión interna, la auditoría realizada a los 54 convenios interinstitucionales y la consolidación de la base histórica de más de 120 practicantes de la facultad permitieron diagnosticar el estado actual de nuestras alianzas. Este análisis aportó una hoja de ruta clara para tramitar las renovaciones prioritarias, evitar la pérdida de convenios por vencimiento y garantizar que las futuras generaciones de estudiantes continúen contando con espacios de práctica de calidad en entidades públicas, multinacionales y agencias de comercio exterior.

Finalmente, este proceso me sirvió para identificar oportunidades clave de mejora dentro del consultorio, entre las que destacan la necesidad de implementar un sistema CRM para centralizar la información, estandarizar las entregas de empalme entre practicantes y establecer alertas automáticas para los convenios. En lo personal, esta práctica me permitió fortalecer competencias clave en negociación, relacionamiento estratégico, análisis de costos de exportación y resolución de problemas, dejándome una visión mucho más clara y profesional para afrontar mi futuro en el campo de los negocios internacionales.

1996/2026

Memoria que trasciende