

Informe final de práctica empresarial

Diego Vicente Camacho Guevara

Trabajo de grado para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales

Director

Alfonso Canónigo Galvis

Magíster en Dirección y Gestión de Proyectos

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2025

Dedicatoria

Diego Vicente Camacho Guevara

Quiero agradecer a mis padres, porque sin ellos como motor, este viaje no hubiera comenzado. A mis amigos, que fueron parte fundamental al momento de opinar y crear conceptos; a mis profesores o mentores, ya que sin ellos no sería capaz de desarrollar criterios y opiniones más profundas; y a mis compañeros, que siempre estuvieron en el camino fortaleciendo este sueño y agradecer a mi novia que siempre me ha dado esa mano para siempre seguir adelante en este camino.

Especialmente, quiero agradecer a aquel amigo cuyo sueño se apagó por situaciones externas que ningún ser humano debería vivir, justo cuando el mío de ser profesional en Comercio Exterior iniciaba. Sin embargo, este camino lo tomé no solo como mi sueño, sino como el de los dos.

Muchas gracias.

Contenido

Introducción	12
1.1 Justificación.....	14
1.2 Objetivos.....	15
1.2.1 Objetivo general.....	15
1.2.2 Objetivos específicos	15
2. Perfil de la Empresa	16
2.1 Razón Social de la Empresa	17
2.2 Objeto Social de la Empresa	17
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa	18
2.4 Estructura organizacional.....	18
2.4.1 Misión de la empresa.....	18
2.4.2 Visión de la empresa	19
2.4.3 Organigrama de la empresa	19
2.5 Aspectos Económicos.....	20
2.5.1 Entorno Macroeconómico.....	20
2.5.2 Entorno microeconómico	22
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa	23
2.7 Aspectos del Mercado que atiende la empresa.....	24
3. Cargo y funciones desempeñadas.....	24
3.1 Cargo desempeñado.....	24

3.2	Funciones asignadas	25
3.3	Procesos, Procedimientos y Herramientas.....	26
3.4	Exploración de Mercados y Viabilidad de Productos.....	26
3.5	Desarrollo de Herramientas Comerciales.....	26
4.	Marco Conceptual y normativo.....	27
4.1	Marco conceptual	28
4.2	Marco normativo	29
5.	Aportes	31
5.1	Propuesta de valor agregado a la empresa.....	31
5.1.1	Identificación de la situación problema.....	31
5.2	Contribución de conocimientos a la empresa.....	31
5.2.1	Impacto desde los resultados y logros	33
5.3	Aportes de la empresa al proceso formativo	33
5.4	Plan de mejora para Prestige Produce	35
5.4.1	Resumen ejecutivo.....	35
5.4.2	Contextualización del plan de mejora	35
5.4.3	Objetivos.....	36
5.4.4	Aspectos para mejorar	36
5.4.5	Metas del plan de mejora.....	37
5.4.6	Acciones del plan de mejora.....	37
5.4.7	Indicadores de verificación.....	38
5.4.8	Recursos	38
5.4.9	Cronograma	40

6. Conclusiones y recomendaciones.....	41
6.1 Conclusiones.....	41
6.2 Recomendaciones	42
Referencias.....	43

Lista de figuras

Figura 1. <i>Logo de la empresa</i>	17
Figura 2. <i>Estructura empresarial</i>	17
Figura 3. <i>Organigrama de la empresa Prestige Produce en Colombia</i>	¡Error! Marcador no definido.

Lista de apéndices

Apéndice A. *exportación de carbón*

Apéndice B. *Exportación de miel*

Apéndice C. *Factura cebolla*

Nota: ver apéndices en archivos externos

Resumen

Este informe es un reflejo del trabajo profesional en Prestige Calor Produce S.A.S como practicante dentro del departamento de Negocios Internacionales. La misión fue clara: aportar en las exportaciones de fruta, tendiendo un puente directo desde los campos colombianos hasta el vital mercado de Miami. Fue precisamente en esta labor donde la teoría universitaria cobró vida, permitiendo aplicar cada lección en un escenario real y tangible.

Palabras clave: prestige calor produce, exportación frutícola, comercio Colombia-Miami, práctica en negocios internacionales

Abstract

This report reflects my professional immersion at Prestige Calor Produce S.A.S, chronicling my time as an intern within the dynamic International Business department. My mission was clear: to dive in and contribute to the intricate world of fruit exports, building a direct bridge from Colombian fields to the vital Miami market. It was precisely in this role where university theory came alive, allowing me to apply every lesson learned in a real, tangible setting. Throughout these pages, I will share not only the operational mechanics and the daily challenges we faced – both logistical and documentary – but also, fundamentally, the invaluable learning this stage has meant for my future path in foreign trade

Keywords: prestige calor produce, fruit export, Colombia-Miami trade, international internship

Glosario

Para navegar con éxito en el mundo de la exportación e importación, es clave entender su lenguaje. Aquí se explica algunos términos fundamentales que encontrara en este informe:

AWB (Air Waybill / Guía Aérea): es el documento clave, aunque no negociable, que sella el acuerdo de transporte aéreo y acompaña la carga.

B/L (Bill of Lading / Conocimiento de Embarque): este es el documento en el transporte marítimo. No solo es el recibo de que la naviera tiene tu carga, sino que también dicta las reglas del viaje y, fundamentalmente, funciona como un título valor: quien lo posea legalmente puede reclamar la mercancía en destino.

Cadena de Frío: corredor de frío que protege a la fruta desde el campo hasta la mesa. Es un sistema logístico vital que asegura una temperatura controlada en cada etapa (producción, almacenamiento, transporte) para que la calidad y la seguridad nunca se rompan.

Certificado Fitosanitario: es una autoridad oficial (en Colombia, el ICA) lo emite para asegurar al país importador que el producto ha sido inspeccionado y está libre de plagas y enfermedades cuarentenarias.

DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales): la autoridad colombiana que administra los impuestos y, crucialmente para nosotros, regula y controla la entrada y salida de mercancías, supervisando todas las operaciones aduaneras.

FDA (Food and Drug Administration): es de la salud pública en Estados Unidos. Esta agencia gubernamental revisa y aprueba alimentos (incluyendo nuestras frutas), medicamentos y otros productos, garantizando que sean seguros para los consumidores.

ICA (Instituto Colombiano Agropecuario): es del campo colombiano. Esta entidad cuida la sanidad agropecuaria y la inocuidad de los alimentos desde su origen. Son ellos quienes emiten

los indispensables Certificados Fitosanitarios para la exportación.

Incoterms: son las reglas universalmente aceptadas en el comercio internacional. Publicados por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), estos términos (como FOB, CIF, EXW) definen claramente quién es responsable de qué (costos, riesgos, seguros) en cada punto del viaje de la mercancía.

Logística de Perecederos: es la ciencia de mover productos con fecha de caducidad o condiciones especiales, como las frutas. Se centra en la rapidez, la seguridad y, sobre todo, en mantener la integridad de la cadena de frío para que lleguen en perfectas condiciones.

Packing List (Lista de Empaque): es el inventario detallado de tu envío. Le dice a la aduana y al cliente exactamente qué hay dentro de cada caja o palet: qué es, cuánto pesa, cuántas unidades van. Es fundamental para verificar que todo esté en orden.

Trazabilidad: permite seguir su rastro completo, desde la finca donde creció hasta el estante del supermercado. Esta capacidad es clave para la seguridad alimentaria, la gestión de calidad y la confianza del consumidor.

USDA (United States Department of Agriculture): el Departamento de Agricultura de EE.UU. A través de su servicio APHIS, actúa como protector de la agricultura estadounidense, regulando la importación de plantas para prevenir la entrada de plagas o enfermedades.

VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior): es la plataforma online que centraliza y agiliza la mayoría de los trámites, permisos y certificaciones necesarios para importar o exportar.

Introducción

El comercio internacional es la fuerza que unifica y crea conexiones, permitiendo a los países desplegar sus riquezas y acceder a un mundo de posibilidades que, de otra manera, permanecerían lejanas. Para Colombia, esta ventana se abre de par en par con la exportación de sus frutas frescas: una oportunidad dorada, sí, pero también un camino lleno de desafíos. Hablamos de la logística de perecederos y del riguroso laberinto de las normativas internacionales sin contar la polarización política que se vive hoy en día.

Es aquí donde entran en juego empresas como Prestige Calor Produce S.A.S, visionarios que se esfuerzan por diseñar procesos impecables, buscando que la calidad y la competitividad de sus frutas brillen en mercados tan exigentes como el de Miami y sus alrededores. Su enfoque es total: dominar cada eslabón, desde las obligaciones aduaneras y logísticas hasta los más altos estándares de calidad, con la mira puesta comercial.

Su foco principal como pasante se centró en las exportaciones hacia Miami, un rol que le permitió observar, participar de los complejos mecanismos que aseguran que la fruta colombiana cumpla no solo con las normativas locales, sino también con las rigurosas exigencias de entidades como la FDA y el USDA en Estados Unidos sin contar con los desafíos locales que representa las vías colombianas.

Durante la práctica, se constató que el viaje de cada fruta es una operación de alta precisión. Todo inicia con una planificación y una preparación; si cada pieza encaja –calidad, cadena de frío, documentación impecable–, el resultado es una entrega exitosa en Miami. No obstante, un solo fallo puede desencadenar serias pérdidas económicas y dañar una reputación construida con esfuerzo. El practicante fue parte activa de este ciclo: desde la preparación de facturas y listas de empaque, pasando por la gestión de certificados, hasta la coordinación con navieras y la

navegación de trámites aduaneros. El seguimiento constante de cada envío para asegurar su trazabilidad fue una tarea clave. Esta inmersión le reveló al autor la profunda complejidad y la criticidad de cada decisión en el fascinante mundo de la exportación de frutas frescas.

1. Informe final de práctica empresarial

El campo de trabajo de analista de comercio exterior en Prestige Calor Produce S.A.S, fue el paso para seguir de cerca las exportaciones de fruta fresca colombiana, con una lupa puesta sobre ese puente comercial tan estratégico que nos une con Miami, Florida.

En la práctica empresarial, se desempeñó como un observador en primera línea, un testigo activo de las exportaciones que emprende cada fruta. Esta posición permitió de lleno entrar a la complejidad de cada eslabón de la cadena: desde la planificación y consolidación de pedidos, pasando la preparación documental (facturas, certificados, B/L), hasta la logística que involucra a transportistas y agentes aduaneros, sin olvidar jamás el riguroso seguimiento post-embarque y el crucial cumplimiento de las normativas estadounidenses (FDA/USDA).

La empresa brinda un espacio valioso, para actuar como un aprendiz con voz propia. Como la libertad de poner bajo máximo compromiso los procedimientos existentes, de medir la realidad operativa y contrastarla con los modelos teóricos. Desde esa posición, y siempre con un enfoque constructivo, se pudo opinar y proponer sugerencias concretas, buscando afinar los engranajes para optimizar tiempos, reducir errores y elevar la eficiencia general.

1.1 Justificación

La empresa Prestige Calor Produce S.A.S presenta una clara vocación internacional, no obstante, Siendo una compañía con cinco años de trayectoria global, enfrenta el desafío de sus operaciones directas iniciadas en Colombia en octubre del año 2024. Esta nueva fase de expansión requiere, de manera imperativa, el establecimiento y la consolidación de procesos de comercio exterior robustos y formalizados.

El principal factor que justifica la inserción de un practicante en la organización es la

ausencia de un departamento de Comercio Exterior formalmente estructurado. Previamente, las operaciones de exportación se gestionaban de manera empírica, sin la adherencia a protocolos estandarizados y careciendo de personal con dedicación exclusiva y formación especializada en dicha área.

Dado el alto nivel de complejidad de los mercados internacionales, particularmente el estadounidense con su centro logístico en Miami, y las estrictas exigencias normativas y logísticas inherentes al sector de frutas frescas, el mencionado enfoque operativo presentaba un nivel de riesgo insostenible para la viabilidad del negocio. En consecuencia, la incorporación de un practicante de Negocios Internacionales se determinó como fundamental. Se identificó la necesidad de una figura que, a partir de conocimientos académicos actualizados, proveyera soporte en la gestión documental, el análisis de procesos y, de forma prioritaria, en la futura estructuración de las operaciones de exportación. El objetivo era aportar la visión técnica y profesional que la empresa requiere para asegurar su competitividad y garantizar un crecimiento sostenible en el mercado internacional.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar integralmente las operaciones de exportación del Departamento de Comercio Exterior de Prestige Calor Produce desde Colombia hacia Miami para diseñar y proponer un plan de mejoras enfocado en la optimización de los flujos de trabajo, la reducción de costos y la mitigación de riesgos en los procesos logísticos y documentales.

1.2.2 Objetivos específicos

Diagnosticar el estado actual de los procesos de exportación hacia Miami de Colombia,

realizando un mapeo de las operaciones logísticas y documentales para identificar cuellos de botella, riesgos latentes y oportunidades de reducción de costos.

Evaluar a los actuales proveedores de servicios logísticos y agentes de aduanas para proponer la consolidación de alianzas estratégicas que aseguren condiciones más competitivas y un servicio de mayor fiabilidad.

Estructurar propuestas de mejora concretas para los flujos de trabajo documental y la cadena de DFI (Distribución Física Internacional), con el fin de optimizar los tiempos de gestión, minimizar errores y fortalecer la eficiencia operativa.

2. Perfil de la Empresa

Prestige Calor Produce S.A.S se define como una empresa agroindustrial emergente con el objetivo estratégico de posicionarse como un actor relevante en el sector de la exportación de frutas frescas colombianas. El rol de la compañía es fundamental en la cadena de valor, al conectar a los productores locales con los mercados internacionales. Su ámbito de operación se extiende desde la compra de cultivo y comercialización final en destinos de alta exigencia.

La compañía fue fundada hace cinco años y estableció sus operaciones directas en Colombia a partir del 11 de octubre de 2023, encontrándose actualmente en una fase de crecimiento y adaptación organizacional. En este contexto, ha iniciado un proceso de estructuración para gestionar los desafíos inherentes al comercio global, los cuales incluyen la compleja logística de productos perecederos, la competitividad en un entorno de globalización económica y el estricto cumplimiento de normativas internacionales. Su estructura organizacional, si bien se encuentra en desarrollo, está diseñada con el objetivo de optimizar la eficiencia operativa y asegurar el cumplimiento de altos estándares de calidad en todas sus funciones y acoplar para otros mercados.

Dentro de esta estructura, el Departamento de Comercio Exterior, área donde se desarrolló

la presente práctica empresarial, asume una importancia crítica. Este departamento es responsable de la planificación, ejecución y control de todas las operaciones de exportación. Su función principal es asegurar el cumplimiento integral de los requisitos aduaneros, logísticos y de calidad, con un enfoque particular en el corredor comercial estratégico hacia el mercado de Miami.

2.1 Razón Social de la Empresa

Figura 1. *Logo de la empresa*



Tomado del logotipo de la empresa CLAOR Consulting DBA Prestige Produce USA (2025).

2.2 Objeto Social de la Empresa

El objeto social principal de la empresa Claor Consulting DBA Presttige Produce USA, con sede en Miami, Florida, es la comercialización y distribución al por mayor de frutas y verduras frescas. La actividad de la compañía se enfoca en la importación de una amplia variedad de productos agrícolas, con especial énfasis en raíces, tubérculos y frutas tropicales provenientes de Latinoamérica, tales como aguacates, limas y malangas.

De esta manera, la compañía funge como un eslabón clave en la cadena de suministro internacional, conectando las regiones productoras con el mercado estadounidense y garantizando

la distribución eficiente de productos frescos a su base de clientes en Norteamérica.

2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa

Dirección: Hialeah Gardens, Florida 33018.

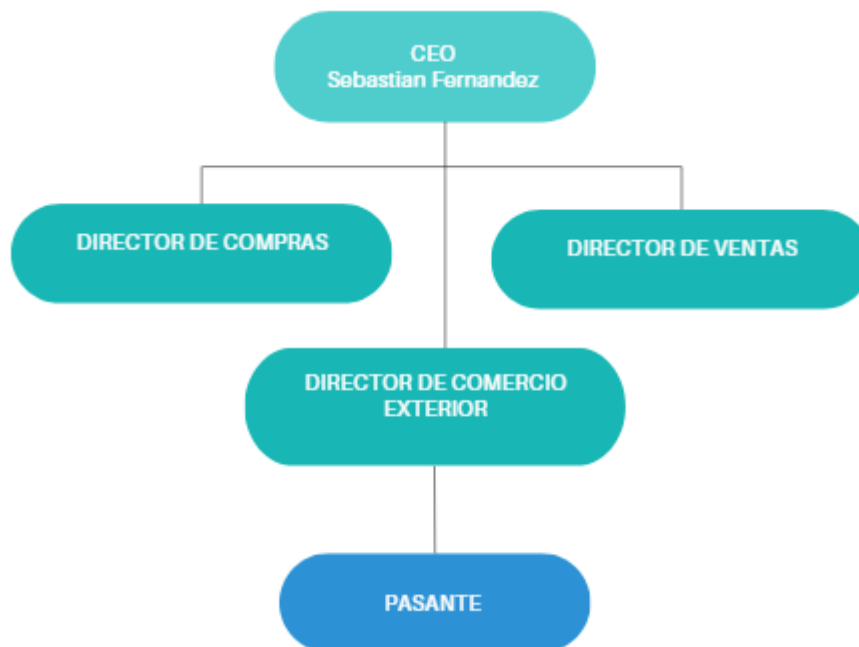
Número de contacto corporativo: 317 4331308

Correo: sebastian.fernandez@prestigeproduceusa.com

Jefe: Fernández Nieto S.A.

2.4 Estructura organizacional

Figura 2. *Estructura Empresarial*



Nota: corresponde a la Estructura empresarial vertical.

2.4.1 Misión de la empresa

La misión de la empresa es importar y distribuir frutas y verduras tropicales de alta calidad,

conectando de manera eficiente a los productores de Latinoamérica con el mercado norteamericano. La organización se compromete a garantizar la frescura, la inocuidad y un servicio adecuado a los clientes, mediante la construcción de relaciones comerciales sólidas, justas y sostenibles con los proveedores, con el propósito de ofrecer sabores auténticos a los consumidores en Estados Unidos. Esta formulación corresponde a una propuesta autónoma de misión para la compañía.

2.4.2 Visión de la empresa

La visión de la empresa es consolidarse como el importador y distribuidor líder y de mayor confianza en el mercado de frutas y verduras tropicales frescas en la costa este de Estados Unidos. Este objetivo se alcanzará mediante el reconocimiento por la excelencia operativa y la calidad de los productos. Esta formulación corresponde a una propuesta autónoma de visión para la compañía.

2.4.3 Organigrama de la empresa

Figura 3. Organigrama de la empresa *PRESTIGE PRODUCE* en Colombia



Nota: organigrama de la empresa opcional propuesta para la estructura en Colombia.

2.5 Aspectos Económicos

2.5.1 Entorno Macroeconómico

El desempeño de Prestige Calor Produce S.A.S. está condicionado por un conjunto de factores macroeconómicos que definen el entorno del comercio internacional de frutas entre Colombia y Estados Unidos. Como lo son:

Factores políticos y regulatorios:

- Las operaciones comerciales se enmarcan en los acuerdos comerciales vigentes, como el TLC entre Colombia y EE. UU., que facilitan el acceso arancelario al mercado.
- El cumplimiento de regulaciones gubernamentales es mandatorio. Esto incluye las normativas del ICA y la DIAN en Colombia, y las de la FDA y el USDA en EE. UU., que establecen los requisitos fitosanitarios, de inocuidad y aduaneros.
- Cambios en las políticas fiscales o agrarias en cualquiera de los dos países pueden influir directamente en la estructura de costos de producción y exportación.
- La estabilidad política en el país de origen (Colombia) es un factor crítico para asegurar la continuidad y fiabilidad del suministro.

Factores económicos:

- El crecimiento económico de Colombia impacta la capacidad de producción y la oferta disponible, mientras que la situación económica de EE. UU. afecta directamente la demanda y el poder adquisitivo de los consumidores.
- El tipo de cambio (COP/USD) es una variable financiera crítica que tiene un efecto directo sobre la competitividad de los precios de la fruta colombiana y sobre la rentabilidad de las operaciones.

- La inflación, tanto en los costos de producción en Colombia como en los precios al consumidor en EE.UU., juega un rol importante en la estructura de costos y en la demanda final.
- Los costos logísticos internacionales, incluyendo fletes y combustible, representan un componente significativo y volátil del precio final del producto.

Factores socioculturales:

- Las tendencias de consumo en el mercado estadounidense, tales como la preferencia por alimentos saludables, orgánicos y de origen sostenible, actúan como un impulsor directo de la demanda de frutas frescas.
- El creciente interés de los consumidores por frutas exóticas y tropicales abre oportunidades de mercado para la diversificación del portafolio de productos.
- La consciencia del consumidor sobre la ética y la sostenibilidad en los métodos de producción agrícola se está convirtiendo en un factor influyente en las decisiones de compra a nivel de distribución y venta al detal.

Factores tecnológicos:

- Las innovaciones tecnológicas en los sectores de la agricultura (agrotech) y la postcosecha (empaques) son fundamentales para la mejora de la calidad y la extensión de la vida útil de los productos perecederos.
- Los avances en la logística de la cadena de frío, como los sistemas de monitoreo y transporte especializado, son determinantes para el acceso exitoso a mercados lejanos.
- La tecnología de la información es una herramienta clave para la gestión eficiente de la cadena de suministro, la trazabilidad de los productos y la comunicación con socios comerciales.

- La seguridad de los datos y la robustez de los sistemas de información son cruciales para una gestión operativa eficiente.

2.5.2 Entorno microeconómico

La empresa Prestige Calor Produce S.A.S. opera como una entidad privada dentro del competitivo sector agroexportador colombiano. Su entorno microeconómico está definido por las interacciones directas con sus grupos de interés clave y la gestión de sus procesos internos. Como lo son:

Proveedores. la relación con los proveedores, principalmente agricultores y fincas productoras en Colombia, es un factor fundamental. La calidad del producto, la consistencia en el suministro, el cumplimiento de buenas prácticas agrícolas y los precios de compra son variables críticas que impactan directamente los costos y la capacidad de exportación de la empresa.

Clientes: el segmento de clientes principal está compuesto por importadores y distribuidores en Miami, como Presttge Produce USA. Sus requerimientos en cuanto a calidad, calibre, empaque, certificaciones y plazos de entrega dictan en gran medida los estándares operativos de la compañía. La capacidad de establecer relaciones comerciales a largo plazo y satisfacer estas demandas es clave para la retención de clientes.

Competidores: la empresa se enfrenta a la competencia de otras firmas exportadoras, tanto de Colombia como de otros países de Latinoamérica, que atienden el mismo mercado estadounidense. Esta presión competitiva influye en la estrategia de precios, los estándares de calidad y la eficiencia logística, obligando a la empresa a buscar una diferenciación y una innovación constantes.

Procesos internos: la eficiencia de los procesos internos es un determinante clave de la rentabilidad. Esto incluye la optimización de las operaciones de empaque, control de calidad,

logística interna y gestión documental. La gestión de la cadena de frío y la minimización de mermas son factores críticos para el control de costos operativos.

Canales de Distribución y Logística: la gestión de los canales de distribución y logística es crucial para la competitividad. Involucra la selección y el manejo de la relación con proveedores de servicios logísticos, como navieras, aerolíneas y agentes de aduanas. Los costos, la fiabilidad y los tiempos de tránsito de estos socios estratégicos impactan directamente en la competitividad del producto final.

2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

Prestige Calor Produce S.A.S. se especializa en la producción, acopio, empaque y exportación de una selecta variedad de frutas frescas tropicales y exóticas colombianas, enfocándose en la calidad y el cumplimiento de los estándares internacionales. Su portafolio principal incluye:

1. *Aguacate Hass:* uno de los productos estrella de la exportación colombiana, apreciado por su calidad, tamaño y sabor en el mercado estadounidense.
2. *Mango:* se exportan diversas variedades como Tommy Atkins, Kent y Keitt, seleccionadas por su dulzura, color y resistencia para el transporte.
3. *Gulupa (Purple Passion Fruit):* fruta exótica de alta demanda por su sabor único y propiedades, muy valorada en mercados gourmet.
4. *Maracuyá (Yellow Passion Fruit):* conocida por su sabor intenso y acidez, utilizada tanto para consumo fresco como para la industria de jugos y postres.
5. *Uchuva (Golden Berry / Physalis):* pequeña fruta exótica con un sabor agridulce característico, popular por su valor nutricional y uso decorativo/gourmet.
6. *Granadilla:* fruta dulce y refrescante, apreciada por su sabor suave y textura gelatinosa.

7. *Lima Tahiti (Persian Lime)*: cítrico de alta demanda en el mercado de EE.UU. para consumo fresco y la industria de bebidas y alimentos.

2.7 Aspectos del Mercado que atiende la empresa

La estrategia de Prestige Calor Produce S.A.S. se enfoca prioritariamente en el mercado de Estados Unidos (Miami), utilizando Miami como su principal centro de distribución y punto de entrada. Este mercado presenta un conjunto de características complejas que definen el entorno operativo de la empresa.

El mercado estadounidense es grande y diverso, abarcando un amplio espectro de clientes que incluye desde importadores mayoristas hasta el sector HORECA, cada uno con requisitos específicos. Al mismo tiempo, es altamente exigente, demandando de manera consistente los más altos estándares de calidad, frescura, inocuidad y certificaciones internacionales. A esto se suma un marco regulatorio estricto, supervisado por entidades como la FDA y el USDA, y un entorno de alta competencia debido a la presencia de otros exportadores de Colombia y de la región.

En este contexto, el entorno regulatorio y legal se constituye como un factor fundamental que moldea el marco operativo de la empresa. Dado que cualquier cambio legislativo puede generar un impacto significativo en las operaciones, un conocimiento profundo y una gestión proactiva de estas variables de mercado son cruciales para asegurar la sostenibilidad y el éxito de las exportaciones

3. Cargo y funciones desempeñadas

3.1 Cargo desempeñado

Pasante en el Departamento de Comercio Exterior – Apoyo en la Gestión de Exportaciones de Fruta hacia Miami.

3.2 Funciones asignadas

Durante el período como practicante en el cargo de International Data Analyst para Claor Consulting Dba Prestige Produce Usa, se delegó la responsabilidad de tareas cruciales para el área de comercio exterior. Con un enfoque significativo en las operaciones de exportación originadas en Colombia, las funciones abarcaron un amplio espectro del proceso de comercio internacional:

1. *Gestión Documental*: responsabilidad en la preparación y manejo de documentos esenciales para el comercio exterior. Esto incluyó la elaboración de facturas comerciales, listas de empaque, la gestión de certificados de origen y la coordinación de los documentos de transporte, todos vitales para el flujo de mercancías desde Colombia.
2. *Control Logístico Internacional*: se asignó el seguimiento en tiempo real de la logística de la empresa. Una parte fundamental de esta tarea fue monitorear los envíos desde Colombia, así como desde otros países clave como Costa Rica, Panamá, Perú, México, Guatemala y Chile, para asegurar su trazabilidad y entrega oportuna.
3. *Cumplimiento Normativo*: la labor implicó investigar y mantener actualizada a la compañía en materia de regulaciones aduaneras, aranceles aplicables y requisitos específicos de importación y exportación. Esto fue crucial para garantizar que las operaciones, especialmente las exportaciones desde Colombia a EE. UU., cumplieran con la normativa vigente.
4. *Análisis de Mercados*: realizar análisis del mercado estadounidense para identificar tendencias, fluctuaciones de precios y demanda de frutas y verduras. Esta información es esencial para tomar decisiones estratégicas sobre qué productos priorizar en las exportaciones colombianas.
5. *Gestión de Inventarios y Costos*: apoyar activamente en el control de inventarios y en el

análisis de costos, buscando siempre optimizar los procesos de exportación para mejorar la rentabilidad.

6. *Participación en Eventos*: aprovechar las oportunidades para acompañar a la empresa en eventos tanto nacionales como internacionales, como ferias y conferencias, con el fin de fortalecer la red de contactos y explorar nuevas oportunidades de negocio.

Estas funciones permitieron adquirir una visión integral y práctica de la gestión del comercio exterior, con un enfoque aplicado a las exportaciones colombianas hacia el mercado estadounidense.

3.3 Procesos, Procedimientos y Herramientas

El rol desempeñado como *International Data Analyst* se concibió como un eje activo en los procesos estratégicos y operativos de la compañía, con la misión de apoyar la toma de decisiones e impulsar la expansión comercial. La metodología de trabajo se basó en un ciclo continuo de análisis, propuesta y aprendizaje.

3.4 Exploración de Mercados y Viabilidad de Productos

Una de las tareas fundamentales fue la exploración sistemática de mercados, un proceso diseñado para identificar frutas y verduras con un claro potencial de éxito en el competitivo mercado estadounidense. Esta labor implicó una inmersión profunda en el estudio de tendencias de consumo, dinámicas de precios y demanda, además de evaluar la oferta existente y el panorama competitivo. Se pusieron bajo la lupa productos específicos, tanto de Colombia como de otros orígenes, para determinar su viabilidad real de importación.

3.5 Desarrollo de Herramientas Comerciales

Los hallazgos de este análisis no se quedaron en el papel; sirvieron como base para el desarrollo de propuestas comerciales concretas. Se elaboraron cotizaciones dirigidas a clientes

potenciales en mercados internacionales, traduciendo las oportunidades en ofertas concretas. De forma paralela, se diseñaron presentaciones comerciales de alto impacto visual, cargadas de información relevante, con el fin de dotar al equipo de ventas con herramientas poderosas para la introducción y promoción de nuevos productos.

3.6 Inmersión Operativa y Estratégica en el Negocio

Uno de los aspectos más enriquecedores del rol fue la inmersión operativa y estratégica. La asistencia regular a reuniones con el equipo directivo —incluido el CEO, Sebastián Fernández— y con proveedores estratégicos brindó una visión directa del corazón del negocio. El propósito de estos encuentros fue comprender de primera mano la dinámica operativa de la empresa, sus estrategias de negociación, sus procesos de decisión y los desafíos diarios en logística y cumplimiento normativo. Esta experiencia resultó crucial para entender cómo se articulan todas las áreas de la organización para alcanzar los objetivos comerciales.

3.7 Herramientas Empleadas

Para ejecutar estas funciones, se empleó un conjunto de herramientas digitales. El software de oficina, como Microsoft Excel, PowerPoint y Word, resultó indispensable para el análisis de datos, la elaboración de propuestas y la generación de informes. Se recurrió además a plataformas de investigación de mercados y bases de datos de comercio para obtener inteligencia de negocios. Las herramientas de comunicación, incluidas las redes sociales, el correo electrónico y las plataformas de videoconferencia —como Zoom y Microsoft Teams— sirvieron de puente para la colaboración. Asimismo, se interactuó con los sistemas internos de la empresa, como posibles ERP para la gestión y optimización de inventarios y logística.

4. Marco Conceptual y normativo

4.1 Marco conceptual

La estructura operativa de Claor Consulting Dba Presttjge Produce Usa se fundamenta en conceptos clave del comercio internacional y la logística. Este andamiaje teórico es esencial para la gestión en el dinámico y sensible mercado de las frutas y verduras frescas.

- *Gestión de la cadena de suministro (SCM)*: se define como la planificación, ejecución y control integrados del flujo de productos, información y recursos financieros, desde el proveedor de origen hasta el cliente final. La SCM debe concebirse como una herramienta de competitividad estratégica —y no solo como un centro de costos—, requiriendo una sincronización precisa con los objetivos corporativos (Chopra & Meindl, 2019).
- *Logística de perecederos y cadena de frío*: subdisciplina crítica de la SCM que se enfoca en mantener la integridad y calidad de productos termosensibles. Su objetivo principal es minimizar mermas y maximizar el valor para el cliente mediante la gestión de la temperatura durante el transporte y almacenamiento, con control en tiempo real de la logística exterior (Chopra & Meindl, 2019).
- *Comercio internacional*.: proporciona el marco teórico y práctico para el intercambio transfronterizo de bienes. Modelos como el *Diamante de la Ventaja Competitiva Nacional* se emplean para analizar el potencial exportador de una nación, mientras que los Incoterms estandarizan las responsabilidades transaccionales entre las partes (Porter, 1990).
- *Inteligencia de mercados*: proceso sistemático de recopilación y análisis de datos sobre mercados, clientes y competidores, con el fin de informar la toma de decisiones estratégicas. Este enfoque materializa el concepto de orientación al mercado, que prioriza la comprensión y satisfacción de las necesidades del cliente mediante el análisis de tendencias, precios y demandas (Kotler & Keller, 2016).

- *Gestión de calidad e inocuidad*: filosofía de gestión integral que, siguiendo los principios de la Calidad Total, integra la mejora continua para reducir la variabilidad y asegurar la conformidad con estándares como GlobalG.A.P. y HACCP, así como con las expectativas del consumidor (Deming, 1986).
- *Optimización de costos y riesgos*: disciplina orientada a la mejora continua de procesos, alineada con el análisis de la cadena de valor, que examina cada actividad para determinar su contribución a la ventaja competitiva, ya sea mediante reducción de costos o mejora del valor diferencial (Porter, 1985).

4.2 Marco normativo

Las actividades comerciales de Claor Consulting Dbá Presttíge Produce Usa están sujetas a un complejo marco normativo que abarca las jurisdicciones de los países de origen y destino. Para el flujo comercial entre Colombia y Estados Unidos, este marco regula todas las fases del proceso de exportación e importación.

Normativa de Estados Unidos (jurisdicción de importación)

El marco regulatorio estadounidense para la importación de productos agrícolas se compone de tres entidades fundamentales:

- La Food and Drug Administration (FDA), que establece la base de la seguridad alimentaria a través de la Ley de Modernización de la Inocuidad de los Alimentos (*Food Safety Modernization Act*, FSMA), enfocada en la implementación de controles preventivos.
- El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), mediante el Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS), actúa como autoridad fitosanitaria que protege la agricultura local, dictando requisitos de entrada para cada producto vegetal y previniendo

la introducción de plagas.

- La Customs and Border Protection (CBP) administra los procedimientos aduaneros generales en la frontera, desde la declaración de mercancías hasta la liquidación de aranceles.

Normativa de Colombia (jurisdicción de exportación)

Del lado colombiano, los mecanismos de preparación para la exportación son gestionados por:

- El Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), responsable de emitir el certificado fitosanitario que acredita la sanidad del producto vegetal.
- La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), que regula los procedimientos aduaneros de exportación mediante el Decreto 1165 de 2019 y sus normas complementarias.
- El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), que interviene cuando se manejan productos procesados o empaques en contacto con alimentos.
- La plataforma digital Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), que agiliza permisos y trámites de exportación.

5. Aportes

5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa

5.1.1 Identificación de la situación problema

Durante el desarrollo de las prácticas preprofesionales en la empresa *Prestige Produce*, dedicada a la importación y exportación de frutas a diversos países, se identificó una problemática significativa relacionada con la gestión de compras de insumos. En la actualidad, la empresa no cuenta con una proyección clara y precisa de la demanda futura, lo que genera incertidumbre al momento de determinar cuándo y cuánto comprar.

La falta de planificación y previsión incide directamente en la toma de decisiones de compra, dado que los precios de los insumos en el mercado son altamente volátiles. Al estar los volúmenes de adquisición condicionados por estos precios y por una demanda no proyectada, se producen ineficiencias en los costos operativos, riesgos de sobreabastecimiento o desabastecimiento, y potenciales pérdidas económicas.

Asimismo, la ausencia de un sistema de pronóstico de demanda o de análisis de tendencias históricas limita la posibilidad de optimizar las compras, negociar mejores condiciones con los proveedores y mantener una estructura de costos más eficiente. Esta situación afecta de manera negativa la competitividad de la empresa en el mercado internacional, en el cual los márgenes de ganancia y los tiempos de respuesta constituyen factores determinantes.

5.2 Contribución de conocimientos a la empresa

Con el propósito de mitigar las problemáticas identificadas, se propusieron diversos

procedimientos fundamentados en los conocimientos adquiridos durante la formación académica.

Estas contribuciones se orientaron a fortalecer la gestión y el funcionamiento de la empresa:

- *Comprensión de la demanda internacional:* se aplicaron técnicas de análisis de mercado, como el estudio de tendencias de consumo internacional y el uso de datos históricos de exportaciones. Con ello, se diseñó un modelo sencillo de proyección de demanda basado en el comportamiento de ventas por país o cliente, temporadas de alta y baja rotación, y tendencias de consumo en los mercados destino. Este modelo permitió prever la cantidad aproximada de fruta requerida para la exportación y, en consecuencia, planificar de manera más eficiente las compras.
- *Monitoreo del contexto global:* se implementó un sistema de seguimiento de los mercados clave mediante herramientas como Trade Map, Market Access Map y Comtrade. Esto permitió identificar variaciones en precios, regulaciones y patrones de consumo que afectan la demanda en los países destino. La anticipación de esta información facilitó ajustes oportunos en las estrategias de compra y venta.
- *Negociación estratégica con proveedores:* la negociación con proveedores se enfocó en establecer relaciones sólidas y sostenibles que generen valor a largo plazo. Este enfoque buscó optimizar costos, garantizar la calidad de los productos y asegurar el cumplimiento de los tiempos de entrega. Para ello, se promovió una estrategia analítica y flexible que atiende a las dinámicas culturales, económicas y comerciales de cada mercado, privilegiando la confianza, la transparencia y la construcción de acuerdos que fortalezcan la competitividad y la posición estratégica de la organización en el entorno internacional.
- *Organización interna de la información y las decisiones:* se fomentó la estructuración de datos de manera clara, precisa y oportuna para respaldar cada etapa del proceso de

negociación. Este procedimiento reconoció que la efectividad de un acuerdo depende no solo de las interacciones con los proveedores, sino también de la preparación interna, que permite evaluar riesgos, comparar alternativas y proyectar escenarios de manera integral.

5.2.1 Impacto desde los resultados y logros

Se espera que los logros y resultados obtenidos generen un impacto positivo en diferentes áreas de la compañía y contribuyan al cumplimiento de sus expectativas. Entre los principales efectos previstos se encuentran los siguientes:

- *Mayor eficiencia en el área de compras:* una gestión de compras más eficaz permitiría a la empresa disminuir los gastos operativos mediante adquisiciones estratégicas y oportunas, reducir el riesgo de exceso de inventario o de desabastecimiento, y fortalecer su capacidad de negociación con los proveedores.
- *Incremento de las utilidades de la compañía:* con la implementación de un software de predicción de mercado, la empresa proyecta un incremento en sus utilidades al disponer de información más precisa para anticipar la demanda y minimizar pérdidas derivadas de la sobreproducción o la falta de productos. Asimismo, se espera una optimización en el manejo de inventarios y la aplicación de estrategias de precios dinámicos que favorezcan un mayor margen de rentabilidad. Estos factores, en conjunto, contribuirían al crecimiento sostenido de los ingresos y a una mejora significativa de la competitividad de la organización.

5.3 Aportes de la empresa al proceso formativo

La experiencia como practicante representó una etapa fundamental en la formación

profesional, ya que permitió trasladar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico a situaciones reales del entorno empresarial. Durante este proceso, el estudiante se involucró en actividades clave relacionadas con el comercio internacional, fortaleciendo competencias esenciales para su futuro desempeño laboral. Entre los aprendizajes más relevantes se destacan la gestión de clientes internacionales, el desarrollo de habilidades de negociación y la participación en los procesos logísticos de entrega de mercancía, los cuales marcaron significativamente su crecimiento profesional.

- *Manejo de clientes internacionales:* durante su práctica profesional, el estudiante tuvo la oportunidad de interactuar con clientes internacionales, lo que le permitió adquirir experiencia en la gestión de relaciones comerciales en un entorno multicultural. Este proceso le brindó la capacidad de adaptarse a diferentes contextos, comprender diversas formas de negociación y fortalecer su comunicación profesional en el marco de los negocios internacionales.
- *Habilidades de negociación:* otro aspecto relevante de su experiencia fue el desarrollo de habilidades de negociación. A través de la interacción con proveedores y clientes, aplicó estrategias para lograr acuerdos beneficiosos para ambas partes, siempre alineados con los objetivos de la organización. Esta práctica le permitió reforzar su capacidad de análisis, argumentación y toma de decisiones en escenarios de intercambio comercial.
- *Aspectos logísticos en la entrega de mercancía:* finalmente, participó en el seguimiento y control de los procesos logísticos relacionados con la entrega de mercancía. Este aprendizaje le permitió comprender de manera práctica la importancia de la planeación, la coordinación y el cumplimiento de los tiempos pactados para garantizar la satisfacción del cliente. Además, adquirió conocimientos sobre la relevancia de la logística como soporte

esencial en el comercio internacional.

5.4 Plan de mejora para Prestige Produce

5.4.1 Resumen ejecutivo

En la actualidad, la empresa Prestige Produce presenta múltiples falencias derivadas de la falta de inversión en alta tecnología que permita precisar la demanda de sus productos.

Como practicante de análisis de mercados, se propone un plan de mejora con el fin de mitigar esta situación y permitir que la empresa supere significativamente sus expectativas de crecimiento.

5.4.2 Contextualización del plan de mejora

Prestige Produce cuenta con cinco años de trayectoria en el mercado norteamericano, específicamente en el estado de Florida, donde ha consolidado sus operaciones de importación y exportación de frutas y verduras hacia la ciudad de Miami. A lo largo de este tiempo, la compañía ha ampliado su portafolio de productos, lo que le ha permitido llegar a nuevos países y atender de manera más amplia los intereses y necesidades de sus clientes internacionales.

Este crecimiento constante ha generado mayores exigencias en términos de control de pedidos, planeación de la producción y gestión de inventarios. Por tal motivo, se plantea la propuesta de implementar un software especializado en el pronóstico de la demanda con el fin de optimizar los procesos internos, mejorar la eficiencia operativa y garantizar un manejo más ordenado de los inventarios.

Esta iniciativa no solo permitirá responder de manera más efectiva a las dinámicas del mercado, sino que también contribuirá al fortalecimiento del crecimiento sostenible de la empresa

y al incremento de sus utilidades.

5.4.3 Objetivos

- Optimizar las compras de la empresa.
- Garantizar un manejo ordenado de los inventarios.
- Proponer la adquisición de un software especializado en el pronóstico de la demanda.

5.4.4 Aspectos para mejorar

Durante el periodo de prácticas en Prestige Produce se identificaron varios factores que afectan la logística de las operaciones de la empresa:

- *Escasez de tecnología en la empresa:* la falta de herramientas tecnológicas en Prestige Produce, cuya operación principal se centra en la exportación hacia la ciudad de Miami, ha limitado la capacidad de la organización para gestionar de manera eficiente los procesos de planificación, control y logística.
- *Ineficiencia en el manejo del inventario:* el deficiente control de inventarios ha generado afectaciones en la calidad del servicio y en la rentabilidad del negocio. La ausencia de un control adecuado conlleva riesgos de sobreacumulación de productos, lo que incrementa las pérdidas por caducidad o deterioro de la mercancía. Al mismo tiempo, la falta de una planificación precisa puede ocasionar desabastecimientos en momentos de alta demanda, dificultando el cumplimiento oportuno de los pedidos y afectando la relación con los clientes internacionales.
- *Ausencia de personal en la gestión de compra:* la empresa ha experimentado problemas en su cadena de suministro debido a la carencia de personal en el departamento de gestión de

compras. Esta situación ha generado retrasos en la adquisición de productos frescos e incluso ha afectado la calidad y la disponibilidad de los mismos. Sin un equipo de compras adecuado, las dificultades han sido amplias y diversas, por lo que requieren una gestión inmediata.

5.4.5 Metas del plan de mejora

- Reducir en un 20 % las pérdidas por caducidad y deterioro de productos perecederos durante el primer año de implementación del software de pronóstico de la demanda.
- Incrementar en un 15 % la satisfacción de los clientes al concretar un pedido.
- Optimizar los niveles de inventario, logrando una rotación mínima del 90 % de los productos en cada ciclo trimestral, evitando la sobreacumulación y el desabastecimiento.

5.4.6 Acciones del plan de mejora

Las acciones para llevar a cabo el plan de mejora se estructuran en tres ejes:

Implementación tecnológica.

- Implementar un software de pronóstico de demanda y gestión de inventarios que brinde información en tiempo real para la planeación de pedidos y el control de mercancía.
- Capacitar al personal en el uso de herramientas digitales y plataformas tecnológicas, garantizando una correcta adopción y el máximo aprovechamiento de la inversión.

Control de inventarios.

- Diseñar e implementar un sistema digital de control de inventarios que registre entradas, salidas y fechas de caducidad, reduciendo pérdidas por deterioro de productos.
- Establecer indicadores de rotación y niveles mínimos y máximos de stock que permitan optimizar el flujo de productos perecederos y asegurar la disponibilidad sin sobrecostos.

Gestión de compras.

- Crear un área o cargo específico para la gestión de compras, con funciones claras de negociación, control de calidad y seguimiento de abastecimiento.
- Desarrollar alianzas estratégicas con proveedores clave que aseguren precios competitivos, tiempos de entrega confiables y continuidad en el suministro de productos.

5.4.7 Indicadores de verificación

Para poder determinar el avance que tienen las acciones implementadas se proponen los siguientes indicadores:

Tabla 1. *Indicadores propuestos para evaluar el avance de las acciones implementadas*

Indicador	Descripción
Nivel de adopción tecnológica del personal <i>Nivel de adopción = (N.º de empleados que usan la herramienta tecnológica / Total de empleados capacitados) × 100.</i>	Este indicador (KPI) determina si la capacitación del personal se tradujo en un cambio tangible en los procesos de trabajo y si la empresa está logrando el objetivo de mejorar la eficiencia mediante el uso de herramientas digitales.
Rotación de inventarios <i>Rotación de inventarios = Costo de ventas en el período / Inventario promedio del período.</i>	Permite determinar cuántas veces se renueva o rota el inventario en un período. En el caso de productos perecederos, mide la eficiencia con la que se venden antes de vencer, asegurando disponibilidad sin incurrir en sobrecostos por exceso de stock.
Confiableidad de los proveedores <i>Confiableidad del proveedor = (Entregas cumplidas en tiempo y forma / Total de entregas realizadas) × 100.</i>	Permite determinar el nivel de cumplimiento de los proveedores en cuanto a la entrega de productos en las condiciones pactadas de tiempo, cantidad y calidad. Mide si las alianzas estratégicas generan los resultados esperados, garantizando continuidad del suministro, entregas confiables y soporte a la operación sin interrupciones.

5.4.8 Recursos

Los recursos necesarios para implementar el plan de mejora se describen a continuación.

Recursos humanos. Los recursos humanos requeridos para llevar a cabo el plan de mejora son:

- Personal de inventarios y logística encargado de registrar, controlar y dar seguimiento a los productos.
- Empleados capacitados en el uso de software de gestión, pronósticos de demanda y plataformas digitales.
- Un responsable o un área de compras que negocie y gestione las relaciones con proveedores.
- Personal de soporte técnico y administrativo para acompañar la implementación del plan.

Recursos financieros: Los recursos financieros necesarios para el plan de mejora son:

- Presupuesto para la adquisición e implementación del software de gestión e inventarios.
- Inversión en capacitaciones y talleres para el personal.
- Fondos destinados a la contratación de un nuevo cargo o área de compras.
- Capital de trabajo para asegurar alianzas estratégicas con proveedores (p. ej., pagos anticipados, descuentos por volumen).

Recursos tecnológicos: los recursos tecnológicos requeridos son:

- Software de pronóstico de demanda y gestión de inventarios en tiempo real.
- Plataformas digitales para capacitación y gestión interna.
- Equipos de cómputo, tabletas o dispositivos móviles para el registro y control de inventarios.
- Conexión a internet estable y segura para la integración de sistemas.

Recursos físicos y logísticos. los recursos físicos y logísticos necesarios incluyen:

- Espacios de almacenamiento adecuados para productos perecederos (bodegas, cámaras de

refrigeración).

- Estanterías, racks y señalización para un mejor control de inventarios.
- Vehículos o convenios logísticos que aseguren entregas oportunas.
- Oficinas o espacios físicos para el área de compras y la coordinación con proveedores.

5.4.9 Cronograma

El cronograma propuesto para la implementación del plan de mejora establece las actividades y los tiempos necesarios para lograr los resultados en un periodo de seis meses. Cada etapa se llevará a cabo conforme a lo estipulado como se muestra a continuación:

Tabla 2. Cronograma

Fases	Acción específica	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Fase 1 Identificación de flujos operativos	Realizar diagnóstico integral de procesos actuales	x					
	Reunión inicial de planeación con el equipo directivo	x	x				
	Investigación de softwares disponibles para pronóstico de demanda e inventarios		x	x			
	Selección del software más adecuado para la empresa			x			
	Negociación y adquisición del software	x					
Fase 2 Generador del sistema documental y control	Capacitación del personal en el uso del software				x		
	Definición de indicadores de gestión de inventario				x		
	Creación y formalización del cargo/área de compras				x	x	
	Establecimiento de manual de procesos para compras e inventarios				x	x	x

Fases	Acción específica	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Fase 3 Operativización y análisis	Identificación y selección de proveedores estratégicos					x	
	Negociación de condiciones comerciales con proveedores clave					x	x
	Integración del software a los procesos de inventario y pedidos						x
	Evaluación de resultados preliminares y ajustes de procesos						x

6. Conclusiones y recomendaciones

6.1 Conclusiones

La aplicación del plan de mejora en Prestige Produce permitirá optimizar la gestión de inventarios mediante un control más preciso de las entradas, salidas y fechas de caducidad de los productos. Esto reducirá las pérdidas económicas asociadas con el deterioro o vencimiento de los alimentos.

Asimismo, la capacitación del personal en el uso de herramientas digitales y plataformas tecnológicas garantizará una adecuada adopción de estas prácticas, lo que incrementará la productividad y potenciará el valor de la inversión en sistemas de gestión.

La creación de un área o cargo especializado en compras fortalecerá los procesos de negociación con proveedores, asegurando calidad, continuidad en el abastecimiento y mejores condiciones de costos. Del mismo modo, la implementación de indicadores de rotación y de niveles mínimos y máximos de inventario contribuirá a mantener un flujo equilibrado de productos perecederos, evitando quiebres y excesos. Finalmente, el establecimiento de alianzas estratégicas con proveedores clave facilitará la obtención de precios competitivos, tiempos de entrega

confiables y estabilidad en el suministro, lo cual repercutirá positivamente en la eficiencia operativa y en la satisfacción de los clientes.

6.2 Recomendaciones

Se recomienda dar continuidad a los procesos de capacitación del personal mediante programas de actualización constante en el uso de herramientas digitales y sistemas de gestión. También resulta fundamental monitorear periódicamente los indicadores de inventario y abastecimiento, con el fin de realizar ajustes oportunos que aseguren la eficiencia en el flujo de productos.

Asimismo, se aconseja fortalecer la comunicación y cooperación con los proveedores estratégicos para consolidar relaciones a largo plazo basadas en la confianza y el cumplimiento. Se sugiere, además, implementar un sistema de seguimiento y retroalimentación que permita medir el impacto de las acciones aplicadas y facilite la toma de decisiones informadas. Finalmente, se recomienda asignar de manera planificada los recursos financieros necesarios para mantener actualizadas las herramientas tecnológicas y ampliar la capacidad de almacenamiento conforme al crecimiento proyectado de la empresa.

Referencias

- Cámara de Comercio Internacional (CCI). (2020). *Incoterms® 2020: Reglas de la CCI para el uso de términos comerciales nacionales e internacionales*. ICC Publications.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation* (7.^a ed.). Pearson.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. The MIT Press.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (2019). *Decreto 1165 de 2019, por el cual se dictan disposiciones relativas al Régimen de Aduanas*. <https://www.dian.gov.co/>
- Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). (s.f.). *Normatividad fitosanitaria para exportación*. <https://www.ica.gov.co/normatividad/indice-de-normatividad.aspx>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15.^a ed.). Pearson.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (s.f.). *Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)*. <https://www.vuce.gob.pe/>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. The Free Press.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. The Free Press.
- ProColombia. (s.f.). *Guías y perfiles de mercado - Estados Unidos*. <https://procolombia.co/eeuu>
- U.S. Customs and Border Protection (CBP). (s.f.). *Importing into the United States*. <https://www.helpspanish.cbp.gov/s/?language=es>
- U.S. Department of Agriculture (USDA), Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS). (s.f.). *Import & export: Fresh fruits and vegetables*. <https://www.aphis.usda.gov/traveling-with-ag-products/another-country>

U.S. Food and Drug Administration (FDA). (s.f.). *Food Safety Modernization Act (FSMA)*.

<https://www.fda.gov/food/guidance-regulation-food-and-dietary-supplements/food-safety-modernization-act-fsma>