

Informe de práctica empresarial realizado en la Cámara de comercio de Bucaramanga

Pedro Esneider Tamayo Roman

**Informe final de práctica empresarial presentado para optar el título de Profesional en
Negocios Internacionales**

Director

Alfredo Enrique Sanabria Ospino

PhD en ingeniería

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2025

Contenido

Introducción	10
1. Informe de práctica empresarial realizado en la Cámara de comercio de Bucaramanga	11
1.1 Contexto de la práctica empresarial	11
1.2 Justificación.....	12
1.3 Objetivos	13
1.3.1 Objetivo general	13
1.3.2 Objetivos específicos.....	13
2. Perfil de la empresa	14
2.1 Razón social de la empresa	14
2.2 Objeto social de la empresa.....	15
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa	15
2.4 Estructura organizacional.....	15
2.4.1 Misión de la empresa.....	16
2.4.2 Visión de la empresa.....	16
2.4.3 Organigrama de la empresa	16
2.5 Aspectos económicos	17
2.5.1 Entorno macroeconómico.....	17
2.5.2 Entorno Microeconómico	19
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa	19
2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa	21
3. Cargo y funciones desempeñadas	22

3.1 Cargo desempeñado	22
3.2 Funciones asignadas	22
3.3 Procesos, procedimientos y herramientas	24
4. Marco conceptual y normativo	25
4.1 Marco conceptual	25
4.2 Marco normativo	26
5. Aportes	27
5.1 Aportes a la entidad vinculados a los objetivos	28
5.2 Propuesta de valor agregado vinculado al programa Global Plan Santander (GPS)	34
5.2.1 Identificación de la situación problémica	36
5.2.2 Contribución de conocimiento a la empresa	36
5.2.3 Impacto desde los resultados y/o logros	37
5.3 Aportes de la empresa al proceso formativo	37
5.4 Plan de mejora	38
6. Conclusiones y recomendaciones	42
Referencias	45
Apéndices	46

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Listado de funciones y horas asignadas</i>	23
Tabla 2. <i>Propuesta de plan de mejora. Cronograma – Diagrama de Gantt</i>	41

Lista de figuras

Figura 1. <i>Organigrama de la empresa.....</i>	17
Figura 2. <i>Evidencia en la participación y seguimiento en exposición para el crecimiento de empresas agrícolas en Santander.</i>	28
Figura 3. <i>Evidencia del manejo de la plataforma Legiscomex para la identificación de estadísticas de exportación, oportunidades comerciales y regulaciones aplicables a la empresa Ramfruts, orientadas a la exportación de sus productos a nuevos mercados.....</i>	29
Figura 4. <i>Evidencia del manejo de la plataforma Legiscomex para la identificación de estadísticas de exportación, oportunidades comerciales y regulaciones aplicables a la empresa Ramfruts, orientadas a la exportación de sus productos a nuevos mercados.....</i>	29
Figura 5. <i>Evidencia de la elaboración de estudios de mercado en la empresa Ramafruts, orientados a la exportación de sus productos a nuevos mercados.....</i>	30
figura 6. <i>Evidencia de la elaboración de estudios de mercado en la empresa Ramafruts, orientados a la exportación de sus productos a nuevos mercados.....</i>	31
Figura 7. <i>Evidencia de la elaboración de estudios de mercado en la empresa Ramafruts, orientados a la exportación de sus productos a nuevos mercados.....</i>	32
Figura 8. <i>Evidencia de la supervisión y la logística en las charlas ofrecidas a los empresarios, orientadas a fortalecer sus procesos de exportación y facilitar la comercialización de sus productos en mercados internacionales.</i>	32
Figura 9. <i>Evidencia de la revisión de solicitudes de las empresas interesadas y de la implementación de la marca Made in Santander.</i>	34

Figura 10. <i>Evidencia de la revisión de solicitudes de las empresas interesadas y de la implementación de la marca Made in Santander.</i>	34
Figura 11. <i>Propuesta de valor agregado.</i>	36
Figura 12. <i>Propuesta de valor agregado.</i>	36

Resumen

El presente informe tiene como propósito exponer el desarrollo de la práctica empresarial realizada en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, en el área de Internacionalización, con énfasis en la participación en programas institucionales orientados a la promoción de exportaciones no minero energéticas, tales como el Global Plan Santander (GPS) y Futuros Exportadores. La práctica se desarrolló a partir de la integración del estudiante a procesos operativos y técnicos, que incluyeron el apoyo en la logística de eventos, la gestión de herramientas comerciales, el análisis de datos mediante Legiscomex y la colaboración en la implementación de la marca regional Made in Santander. Como resultado de esta experiencia, se identificaron oportunidades de mejora en el programa GPS, particularmente en el seguimiento de las empresas beneficiarias, lo que condujo a la formulación de una propuesta de valor consistente en una plantilla digital de trazabilidad. Aunque esta herramienta no se implementó de manera formal, fue reconocida por el equipo técnico como un insumo de utilidad para la gestión institucional. En conjunto, la práctica permitió no solo aplicar conocimientos académicos, sino también fortalecer competencias profesionales, adquirir criterio técnico y aportar soluciones orientadas al mejoramiento de los procesos de internacionalización.

Palabras clave: práctica empresarial, internacionalización, comercio exterior, GPS, trazabilidad empresarial

Abstract

This report aims to present the development of the internship carried out at the Chamber of Commerce of Bucaramanga, within the Internationalization area, with emphasis on the participation in institutional programs focused on promoting non-mining energy exports, such as Global Plan Santander (GPS) and Future Exporters. The internship was based on the student's integration into operational and technical processes, which included supporting event logistics, managing commercial tools, analyzing data through Legiscomex, and collaborating in the implementation of the regional brand Made in Santander. As a result of this experience, opportunities for improvement were identified in the GPS program, particularly regarding the monitoring of beneficiary companies, which led to the design of a digital traceability template as a value-added proposal. Although this tool was not formally implemented, it was recognized by the technical team as a useful input for institutional management. Overall, the internship not only allowed the application of academic knowledge but also contributed to strengthening professional skills, developing technical criteria, and providing solutions aimed at enhancing internationalization processes.

Keywords: internship, internationalization, foreign trade, GPS, business traceability

Glosario

Cámara de Comercio de Bucaramanga: entidad privada sin ánimo de lucro que ejerce funciones públicas delegadas, orientada al fortalecimiento del sector empresarial en el departamento de Santander. (Cámara de Comercio de Bucaramanga, s. f.; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014).

Global Plan Santander (GPS): programa institucional diseñado para acompañar a empresas no minero energéticas en su proceso de internacionalización, brindando asesoría, formación y conexión con mercados internacionales. (Cámara de Comercio de Bucaramanga, s. f.; Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2022).

Legiscomex: plataforma de consulta especializada en comercio exterior, que permite el análisis de estadísticas, normativas, aranceles, tratados comerciales y oportunidades por país destino. (Legiscomex, s. f.-a; Legiscomex, s. f.-b).

Made in Santander: Marca regional impulsada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, creada para promover productos originarios del departamento y destacar su calidad y valor de origen. (Cámara de Comercio de Bucaramanga, s. f.; Invest in Santander, s. f.).

Trazabilidad empresarial: seguimiento estructurado y continuo a los procesos o acciones que realiza una empresa dentro de un programa o proyecto, permitiendo conocer su estado, evolución y resultados. (Real Academia Española, s. f.-a; Real Academia Española, s. f.-b).

Introducción

El presente informe da cuenta del desarrollo de la práctica empresarial realizada en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, institución reconocida por su labor en el fortalecimiento del tejido empresarial de la región y por su papel activo en la promoción del comercio, la competitividad y la internacionalización. La práctica fue llevada a cabo en el área de internacionalización, donde se prestó apoyo a diversos programas estratégicos orientados a impulsar el crecimiento de empresas no minero energéticas en mercados internacionales.

A lo largo del proceso formativo, se abordaron actividades clave como la gestión de espacios para eventos empresariales, el acompañamiento en procesos de implementación de la marca "Made in Santander", el manejo de bases de datos comerciales como Legiscomex, y la participación en iniciativas como GPS – Global Plan Santander – y el programa Futuros Exportadores, todos con el propósito de facilitar la incursión de empresas locales en mercados internacionales y fortalecer sus capacidades competitivas.

Este documento se encuentra estructurado en seis capítulos: el primero expone el contexto, la justificación y los objetivos de la práctica; el segundo describe el perfil institucional de la Cámara de Comercio de Bucaramanga; el tercero presenta las funciones ejecutadas; el cuarto aborda los referentes conceptuales y normativos; el quinto desarrolla los aportes generados durante la práctica, junto con el plan de mejora propuesto; y finalmente, el sexto expone las conclusiones y recomendaciones derivadas del proceso.

1. Informe de práctica empresarial realizado en la Cámara de comercio de Bucaramanga

1.1 Contexto de la práctica empresarial

La práctica empresarial fue desarrollada en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, una entidad privada sin ánimo de lucro que ejerce funciones públicas delegadas y que actúa como agente articulador entre el sector empresarial, la academia y el Estado. Esta institución se ha posicionado como una plataforma clave para el fortalecimiento de la competitividad regional, siendo reconocida por sus iniciativas para impulsar la productividad, la innovación y la internacionalización de las empresas del departamento de Santander.

En este contexto, el área de internacionalización desempeña un papel estratégico al liderar programas como el Global Plan Santander (GPS), una iniciativa enfocada en la promoción de exportaciones de empresas no minero energéticas. Así mismo, se desarrollan acciones vinculadas a la marca "Made in Santander", un sello regional que busca destacar los productos de calidad originados en el departamento. Estos programas responden a una necesidad latente de expansión comercial por parte de las empresas locales, en un entorno económico que demanda una constante adaptación a los mercados globales.

La participación en esta práctica permitió al estudiante vincularse de manera activa en distintos procesos operativos y estratégicos de la Cámara, desde la logística de eventos empresariales hasta el acompañamiento técnico en los programas de internacionalización. Este ejercicio formativo constituyó una oportunidad para aplicar conocimientos adquiridos durante la

carrera en un entorno real, así como para adquirir nuevas competencias en temas de comercio exterior, relacionamiento institucional y análisis de mercados internacionales.

1.2 Justificación

La realización de la práctica en la Cámara de Comercio de Bucaramanga respondió a la necesidad institucional de contar con un apoyo operativo y técnico en el desarrollo de sus programas de internacionalización, en especial en aquellos orientados al fortalecimiento de las capacidades exportadoras de las empresas del departamento. Esta necesidad se enmarca en la creciente demanda de servicios de acompañamiento empresarial y en la búsqueda permanente de articulación entre el sector público y privado para el impulso económico de la región.

Por otra parte, la elección de esta práctica como opción de grado se basó en el interés del estudiante por complementar su formación académica con una experiencia profesional en un entorno empresarial dinámico y con impacto regional. La Cámara de Comercio, al ser un actor clave en el ecosistema empresarial santandereano, ofreció un escenario idóneo para observar de cerca los retos, oportunidades y procesos relacionados con el comercio internacional.

El valor agregado de esta experiencia se tradujo en el fortalecimiento de habilidades prácticas, en la comprensión del funcionamiento de programas institucionales de internacionalización y en el desarrollo de competencias relacionadas con el análisis de mercados, el trabajo colaborativo y el uso de herramientas como Legiscomex, fundamentales para el ejercicio profesional de un futuro negociador internacional.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Participar de manera activa y comprometida en los procesos desarrollados por el área de Internacionalización de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, aportando al fortalecimiento de programas institucionales orientados a la promoción del comercio exterior en empresas del departamento de Santander. Esto incluye brindar apoyo en la gestión operativa y administrativa de iniciativas como el *Global Plan Santander (GPS)*, el programa Futuros Exportadores y la implementación de la marca *Made in Santander*, así como utilizar herramientas especializadas, entre ellas *Legiscomex*, para el análisis y seguimiento de empresas. De esta forma, se busca contribuir al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la entidad y, a su vez, aplicar y consolidar los conocimientos adquiridos en la formación universitaria en el campo de los negocios internacionales.

1.3.2 Objetivos específicos

1. *Brindar apoyo en el proceso del Global Plan Santander (GPS):* participar en la gestión y desarrollo de las actividades relacionadas con el programa *Global Plan Santander (GPS)*, orientado a impulsar que las empresas no minero energéticas del departamento logren exportar sus productos y aumentar su reconocimiento a nivel global.

2. *Manejar la plataforma Legiscomex para el seguimiento de empresas:* utilizar la plataforma *Legiscomex* para recopilar, procesar y analizar información relacionada con comercio exterior, que sirva de apoyo en la asesoría a las empresas vinculadas a los programas de internacionalización.
3. *Apoyar el programa Futuros Exportadores:* colaborar en la organización y ejecución de actividades del programa *Futuros Exportadores*, diseñado para seleccionar y preparar empresas santandereanas con potencial exportador.
4. *Asistir en la implementación de la marca Made in Santander:* apoyar el proceso de solicitud, evaluación e implementación de la marca *Made in Santander*, sello que certifica el origen y la calidad de los productos fabricados en el departamento.

2. Perfil de la empresa

2.1 Razón social de la empresa

La razón social de la entidad donde se desarrolló la práctica empresarial es *Cámara de Comercio de Bucaramanga*, una institución privada sin ánimo de lucro sujeta al control de la Superintendencia de Industria y Comercio. Desde su fundación, esta entidad ha actuado como una promotora del desarrollo empresarial de Santander, cumpliendo tanto funciones públicas delegadas como misiones privadas orientadas a la consolidación de un entorno empresarial dinámico y competitivo.

2.2 Objeto social de la empresa

El objeto social de la Cámara de Comercio de Bucaramanga está orientado al fortalecimiento del sector empresarial mediante la prestación de servicios registrales, la promoción del emprendimiento, la innovación, el desarrollo regional y la competitividad. Entre sus principales propósitos se encuentran los de ejercer funciones delegadas por el Estado como el registro mercantil, el registro de proponentes y el de entidades sin ánimo de lucro, así como implementar iniciativas orientadas al acompañamiento y crecimiento de las empresas de la región, facilitando su inserción en mercados nacionales e internacionales (Cámara de Comercio de Bucaramanga, s.f.).

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

- *Dirección:* carrera 19 #36-20, Bucaramanga, Santander – Colombia.
- *Teléfono:* (+57) 607 6527000.
- *Correo electrónico:* contactenos@camaradirecta.com
- *Jefe inmediato:* Marco Andrés Vásquez Méndez – responsable del entrenamiento – Cámara de Comercio de Bucaramanga.

2.4 Estructura organizacional

La Cámara de Comercio de Bucaramanga cuenta con una estructura organizacional que responde a su naturaleza mixta de funciones públicas y privadas. Esta estructura se compone de un Comité Directivo, una Presidencia Ejecutiva y diversas direcciones y áreas estratégicas como Registro, Competitividad, Internacionalización, Emprendimiento, Innovación y Tecnología, entre

otras. Cada área se orienta al cumplimiento de objetivos específicos que responden a las necesidades del entorno empresarial y a las líneas de acción definidas en el plan estratégico institucional.

2.4.1 Misión de la empresa

La misión de la Cámara de Comercio de Bucaramanga es:

"Representar los intereses del empresariado de Santander y ofrecer servicios que contribuyan a su desarrollo, competitividad e internacionalización, fortaleciendo el entorno institucional, empresarial y social de la región" (Cámara de Comercio de Bucaramanga, s.f.).

2.4.2 Visión de la empresa

La visión de la Cámara de Comercio de Bucaramanga es:

"Ser una institución líder e innovadora en el fortalecimiento del tejido empresarial de Santander, generando alto valor y desarrollo sostenible para sus grupos de interés" (Cámara de Comercio de Bucaramanga, s.f.).

2.4.3 Organigrama de la empresa

Se incluye a continuación un organigrama esquemático, elaborado con base en la información institucional pública de la Cámara de Comercio de Bucaramanga:

[illegible]

2.5 Aspectos económicos

El desempeño de la Cámara de Comercio de Bucaramanga está influenciado por diversas variables macroeconómicas que inciden directamente en el clima empresarial y en la toma de decisiones estratégicas. El comportamiento del Producto Interno Bruto (PIB), la inflación, las tasas

de interés, el tipo de cambio y los niveles de inversión extranjera son factores determinantes que afectan el dinamismo de los sectores productivos que la Cámara apoya.

Durante los últimos años, Colombia ha experimentado una recuperación económica progresiva tras los impactos de la pandemia, con un crecimiento moderado del PIB y un aumento sostenido de las exportaciones no tradicionales. En el caso específico de Santander, la economía regional se ha beneficiado de una reactivación gradual del comercio y de una fuerte apuesta institucional por la internacionalización, especialmente a través de programas como GPS.

Por otro lado, fenómenos globales como la inflación importada, la volatilidad en los precios de materias primas, y las tensiones comerciales internacionales, representan desafíos adicionales para el entorno macroeconómico. No obstante, este panorama ha impulsado a la Cámara a reforzar sus servicios de acompañamiento empresarial y a fomentar la adopción de estrategias competitivas para acceder a mercados internacionales.

2.5.2 Entorno Microeconómico

A nivel microeconómico, la Cámara de Comercio de Bucaramanga opera en un ecosistema compuesto por una amplia red de empresas de distintos tamaños y sectores, siendo predominantes las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes). Estos actores económicos enfrentan desafíos relacionados con la falta de acceso a información comercial confiable, limitaciones en infraestructura exportadora, escaso posicionamiento internacional y necesidades de fortalecimiento en sus procesos logísticos y productivos.

En este contexto, la Cámara actúa como un agente facilitador, generando vínculos con aliados estratégicos como ProColombia, Bancoldex y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para brindar a las empresas herramientas, capacitaciones y asesorías especializadas. A su vez, programas como GPS y Futuros Exportadores representan un mecanismo para reducir las barreras de entrada a los mercados externos, mediante el acompañamiento en planes de internacionalización, estudio de mercados y acceso a información sectorial.

A través del uso de plataformas como Legiscomex, la Cámara fortalece su capacidad para ofrecer inteligencia de mercados, permitiendo a las empresas tomar decisiones informadas en su proceso exportador. Este enfoque evidencia un compromiso con el desarrollo sostenible y la consolidación de un tejido empresarial más competitivo y articulado.

2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

La Cámara de Comercio de Bucaramanga ofrece un amplio portafolio de productos y servicios que responden tanto a sus funciones delegadas por el Estado como a su compromiso con el desarrollo empresarial. Entre los principales servicios se encuentran:

- *Servicios registrales:* registro mercantil, de proponentes, entidades sin ánimo de lucro, libros de comercio, renovación de matrícula, entre otros.
- *Formación empresarial:* cursos, diplomados, talleres y eventos orientados a fortalecer competencias en gestión empresarial, mercadeo, finanzas, normatividad y comercio exterior.
- *Programas de apoyo a la internacionalización:* como GPS (Global Plan Santander) y Futuros Exportadores, enfocados en preparar empresas para competir en mercados globales.
- *Promoción de marcas territoriales:* implementación de la estrategia “Made in Santander”, que busca posicionar los productos regionales con sello de calidad.
- *Espacios empresariales:* servicios de alquiler de salones y auditorios para eventos corporativos, ruedas de negocios y ferias comerciales.
- *Inteligencia de mercados:* acceso a plataformas como Legiscomex, para la consulta de estadísticas, aranceles y datos de comercio internacional.
- *Servicios de asesoría especializada:* orientación jurídica, tributaria y de fortalecimiento empresarial.

Este portafolio se complementa con un enfoque de atención integral al empresario, buscando su permanencia, sostenibilidad y expansión, tanto en el mercado nacional como internacional.

2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa

La Cámara de Comercio de Bucaramanga atiende a un mercado compuesto por empresarios y emprendedores de diversos sectores económicos del departamento de Santander. Este mercado incluye desde comerciantes independientes y microempresarios hasta compañías con capacidad exportadora que buscan posicionar sus productos en el exterior. En particular, la entidad se enfoca en empresas no minero energéticas, alineadas con las políticas de diversificación de la oferta exportadora del país.

Los sectores más representativos atendidos por la Cámara incluyen agroindustria, manufactura, alimentos y bebidas, servicios tecnológicos, confecciones, salud, y cosmética natural. A través de su intervención, la institución busca dinamizar las cadenas productivas regionales y fomentar una mentalidad empresarial orientada a la calidad, la innovación y la sostenibilidad.

El mercado que atiende también se caracteriza por su diversidad geográfica, pues no se limita al área metropolitana de Bucaramanga, sino que cubre múltiples municipios del departamento. Esto permite una descentralización de los beneficios institucionales, promoviendo el desarrollo equitativo en zonas rurales y urbanas.

Mediante diagnósticos empresariales, análisis de mercado y convocatorias abiertas, la Cámara identifica oportunidades de mejora y adapta sus programas a las necesidades específicas de los empresarios, procurando una atención diferenciada y efectiva.

3. Cargo y funciones desempeñadas

3.1 Cargo desempeñado

Durante el periodo de práctica, el estudiante desempeñó el cargo de *Asistente de apoyo en procesos de internacionalización*, adscrito al área de Internacionalización de la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Su rol se orientó a fortalecer el componente operativo de programas estratégicos que promueven el comercio exterior de empresas regionales, brindando acompañamiento técnico, logístico y administrativo, bajo la supervisión directa del Coordinador del área.

3.2 Funciones asignadas

A lo largo de la práctica, se llevaron a cabo múltiples funciones que respondieron a las necesidades del área de internacionalización, contribuyendo tanto a la eficiencia operativa como a la experiencia de los empresarios participantes. Las principales actividades desempeñadas fueron:

- Gestionar las solicitudes de uso de salones y espacios físicos para eventos, conferencias y encuentros empresariales.
- Asistir a los empresarios durante el desarrollo de charlas y actividades institucionales, ofreciendo orientación logística y técnica.
- Apoyar el proceso de implementación de la estrategia *Made in Santander*, acompañando su difusión y aplicación en empresas seleccionadas.
- Redactar y enviar comunicaciones electrónicas para hacer seguimiento al programa GPS – Global Plan Santander – con empresarios beneficiarios.

- Utilizar la plataforma *Legiscomex* para recopilar información de comercio exterior, con el fin de analizar oportunidades de exportación.
- Participar en la operación del programa *Futuros Exportadores*, facilitando la selección y clasificación de empresas con potencial exportador.
- Organizar bases de datos empresariales y hacer seguimiento a indicadores relacionados con internacionalización.
- Apoyar logísticamente la planeación y ejecución de capacitaciones, ruedas de negocio y asesorías individuales.

A continuación, se presenta la tabla de distribución estimada de horas por función:

Tabla 1. *Listado de funciones y horas asignadas*

Nombre de la Función	Horas por semana
Apoyo en logística de eventos y solicitud de salones.	3
Acompañamiento a empresarios en charlas y capacitaciones.	4
Apoyo en implementación de marca Made in Santander.	4
Gestión de comunicaciones para el programa GPS.	5
Manejo de la plataforma Legiscomex.	5
Apoyo en el programa Futuros Exportadores.	6
Organización de base de datos y seguimiento de indicadores.	4
Planeación y logística de asesorías y capacitaciones.	5
Revisión y actualización de información institucional.	3
Participación en reuniones internas del área.	3
Total	42

3.3 Procesos, procedimientos y herramientas

Durante el desarrollo de la práctica, se interactuó con diversos procesos organizacionales, que exigieron la ejecución de procedimientos definidos y el uso de herramientas especializadas. A continuación, se detalla esta interacción según cada categoría:

Procesos:

- Proceso de gestión logística para eventos empresariales.
- Proceso de acompañamiento a programas de internacionalización (GPS, Futuros Exportadores).
- Proceso de análisis y selección de empresas con potencial exportador.
- Proceso de implementación de estrategias de marca regional.

Procedimientos:

- Procedimiento de solicitud y asignación de espacios físicos para eventos.
- Procedimiento de envío de correos informativos y confirmación de asistencia empresarial.
- Procedimiento de carga y análisis de datos comerciales a través de Legiscomex.
- Procedimiento de documentación y seguimiento de procesos de internacionalización.

Herramientas utilizadas:

- *Legiscomex*: plataforma especializada para análisis de comercio exterior.
- *Google Workspace*: uso de Gmail, Drive, Docs y Calendar para gestión colaborativa.

- *CRM institucional*: base de datos para seguimiento de empresarios participantes en programas.
- *Manejo de correo*: para envío de invitaciones y seguimiento a eventos.
- *Plataformas virtuales*: como Zoom y Microsoft Teams, para la realización de asesorías y encuentros virtuales.

La aplicación articulada de estos elementos permitió participar activamente en los procesos internos del área, fortaleciendo sus habilidades técnicas y su comprensión de los flujos operativos institucionales.

4. Marco conceptual y normativo

4.1 Marco conceptual

La práctica empresarial realizada en la Cámara de Comercio de Bucaramanga se enmarca en el ámbito del *comercio internacional* (Hill, 2021), entendido como el conjunto de transacciones económicas que implican el intercambio de bienes, servicios y capital entre distintas naciones. En este sentido, la experiencia se centró en el fortalecimiento de *procesos de internacionalización* (Johanson & Vahlne, 1977), los cuales representan una estrategia fundamental para que las empresas accedan a nuevos mercados, diversifiquen sus ingresos y aumenten su competitividad global.

Uno de los conceptos clave fue el de *internacionalización empresarial* (Johanson & Vahlne, 1977), entendido como el proceso mediante el cual una empresa extiende sus operaciones fuera de las fronteras nacionales, adaptando sus productos, estrategias y estructuras a nuevos

entornos económicos, culturales y regulatorios. La Cámara de Comercio, a través de programas como *GPS* y *Futuros Exportadores* (Cámara de Comercio de Bucaramanga, s. f.), actúa como un facilitador de este proceso, acompañando a las empresas en la identificación de mercados potenciales, análisis de requisitos de exportación, acceso a fuentes de financiación y mejoramiento de su oferta comercial.

Adicionalmente, se trabajó bajo el enfoque de *marca territorial*, concretamente con la estrategia “*Made in Santander*” (Cámara de Comercio de Bucaramanga, s. f.), la cual busca posicionar productos del departamento bajo un sello que refleje calidad, identidad y origen. Este tipo de marcas colectivas permiten visibilizar las capacidades productivas de una región, aumentar el valor percibido de los bienes y promover el desarrollo regional de manera sostenible.

Finalmente, el uso de herramientas como *Legiscomex* permitió abordar el concepto de *inteligencia comercial* (Legiscomex, s. f.), definida como el proceso sistemático de recolección, análisis e interpretación de información relevante del entorno internacional, con el fin de tomar decisiones estratégicas acertadas en materia de exportaciones. La capacidad de acceder a estadísticas, precios FOB, aranceles, tratados comerciales y perfiles de mercado resultó indispensable para apoyar a las empresas en la estructuración de sus planes de exportación.

4.2 Marco normativo

- *Decreto 2147 de 2016*: reglamenta el régimen aduanero y establece normas relacionadas con las zonas francas, fundamentales para la internacionalización empresarial.

- *Decreto 2785 de 2008*: reglamenta el funcionamiento de los registros públicos que manejan las Cámaras de Comercio, como el registro mercantil y de proponentes.
- *Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor)*: aplicable en el comercio internacional para asegurar la protección de los derechos del consumidor, tanto nacional como extranjero.
- *Ley 1727 de 2014*: por la cual se reforman aspectos del régimen legal de las Cámaras de Comercio, se define su función pública registral y se establecen sus competencias en materia de desarrollo empresarial.
- *Ley 7ª de 1991 y Decreto 2553 de 2010*: normas marco del comercio exterior en Colombia, que establecen principios, actores y mecanismos de promoción de exportaciones.
- *Normativa institucional interna*: reglamentos, manuales de procedimiento y lineamientos operativos propios de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, que orientan la actuación del personal y practicantes en sus diferentes áreas.

5. Aportes

Durante el desarrollo de la práctica empresarial en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el estudiante realizó diversas actividades que contribuyeron al fortalecimiento del área de Internacionalización, aportando tanto en el ámbito operativo como en el técnico. Estas acciones se enmarcaron en los programas estratégicos de la entidad y respondieron directamente a los objetivos planteados.

5.1 Aportes a la entidad vinculados a los objetivos

Apoyo al programa Global Plan Santander (GPS): se participó en la gestión y desarrollo de las actividades del programa, que buscaban impulsar las exportaciones de empresas no minero energéticas. El estudiante gestionó comunicaciones con los empresarios mediante correos electrónicos, coordinó capacitaciones y solicitó documentación clave. Gracias a esta labor, se incrementó el número de participantes, pasando de un promedio de 9–10 empresarios a más de 15, lo que evidenció un fortalecimiento en la articulación con el sector empresarial.

Figura 2. Evidencia en la participación y seguimiento en exposición para el crecimiento de empresas agrícolas en Santander.



Manejo de la plataforma Legiscomex: se realizaron consultas y análisis en esta herramienta especializada, con el fin de identificar estadísticas de exportación, oportunidades comerciales y normativas aplicables a los mercados de interés. Esta información fue consolidada en reportes internos, lo que permitió al equipo de internacionalización tomar decisiones informadas y respaldar a los empresarios con datos actualizados y pertinentes.

Figura 3. Evidencia del manejo de la plataforma Legiscomex para la identificación de estadísticas de exportación, oportunidades comerciales y regulaciones aplicables a la empresa Ramfruits, orientadas a la exportación de sus productos a nuevos mercados.

Año de la Declaración Definitiva	Razón social actual Exportador	Razón social del importador	País de Destino	Suma de Cantidad(es)	Suma de Peso en kilos netos	Suma de Valor FOB (USD)
2018				566721	566721	1058163,25
2019				415475	415475	655769,07
2020				784497,21	784497,21	1287678,47
2021				398266	398266	535469,87
2022				482451,6	482451,6	702063,99
2023				23486	23486	49465,52
2024	BARUCH IMPORT & EXPORT S.A.S	CARROT EXPORT FOODS & DRINKS, LAS PAÍSES BAJOS (UE)		26389	26389	67051,44
		Total CARROT EXPORT FOODS & DRINKS, LAS FRUTAS DEL SUR		26389	26389	67051,44
	Total BARUCH IMPORT & EXPORT S.A.S			26389	26389	67051,44
	COMERCIALIZADORA ALI JQ S.A.S.	AGENCIA BRITO IMPORT - EXPPORT & TR ARUBA		3140	3140	1231,2
		Total AGENCIA BRITO IMPORT - EXPPORT & TRANSPORT		3140	3140	1231,2
		KARINEL TRADING ARUBA N.V.	ARUBA	3140	3140	1231,2
		Total KARINEL TRADING ARUBA N.V.		3140	3140	1231,2
		PEACHBLOW ENTERPRISES	ARUBA	3240	3240	2300,4
		Total PEACHBLOW ENTERPRISES		3240	3240	2300,4
	Total COMERCIALIZADORA ALI JQ S.A.S			9520	9520	4753,8

Figura 4. Evidencia del manejo de la plataforma Legiscomex para la identificación de estadísticas de exportación, oportunidades comerciales y regulaciones aplicables a la empresa Ramfruits, orientadas a la exportación de sus productos a nuevos mercados.

	Total BARUCH IMPORT & EXPORT S.A.S		26389	26389	67051,44
	⊖ COMERCIALIZADORA ALI JQ S.A.S.	⊖ AGENCIA BRITO IMPORT - EXPORT & TR ARUBA	3140	3140	1231,2
		Total AGENCIA BRITO IMPORT - EXPORT & TRANSPORT	3140	3140	1231,2
		⊖ KARINEL TRADING ARUBA N.V.	3140	3140	1231,2
		Total KARINEL TRADING ARUBA N.V.	3140	3140	1231,2
		⊖ PEACHBLOW ENTERPRISES	3240	3240	2300,4
		Total PEACHBLOW ENTERPRISES	3240	3240	2300,4
	Total COMERCIALIZADORA ALI JQ S.A.S.		9520	9520	4762,8
	⊖ LOGISTICA E INVERSIONES DE COLOMBIA S.A.S.	⊖ ORZAL FRUITS BV	1080	1080	2019,6
		Total ORZAL FRUITS BV	1080	1080	2019,6
	Total LOGISTICA E INVERSIONES DE COLOMBIA S.A.S.		1080	1080	2019,6
	⊖ PERSONA NATURAL	⊖ COMERCIALIZADORA A-ZEA VBA	192	192	558,72
		Total COMERCIALIZADORA A-ZEA VBA	192	192	558,72
		⊖ COMERCIALIZADORA A-ZEA VBA	1772	1772	6049,98
		Total COMERCIALIZADORA A-ZEA VBA	1772	1772	6049,98
	Total PERSONA NATURAL		1964	1964	6608,7
Total 2024			38953	38953	80442,54
Total general			2709849,81	2709849,81	4369052,71

Colaboración en el programa Futuros Exportadores: se brindó apoyo en la logística de talleres y encuentros empresariales, lo cual incluyó el registro de participantes, la atención a los empresarios y el seguimiento posterior a cada actividad. De igual manera, se recopilaban insumos para evaluar el progreso de las empresas seleccionadas y se apoyó a las mismas con estudios de mercado orientados a la expansión de su presencia en nuevos destinos. Este acompañamiento permitió superar la meta prevista, alcanzando 64 empresas participantes frente a un objetivo inicial de 60.

Figura 5. Evidencia de la elaboración de estudios de mercado en la empresa Ramafruits, orientados a la exportación de sus productos a nuevos mercados.



figura 6. Evidencia de la elaboración de estudios de mercado en la empresa Ramafruits, orientados a la exportación de sus productos a nuevos mercados.



Figura 7. Evidencia de la elaboración de estudios de mercado en la empresa Ramafruts, orientados a la exportación de sus productos a nuevos mercados.



Figura 8. Evidencia de la supervisión y la logística en las charlas ofrecidas a los empresarios, orientadas a fortalecer sus procesos de exportación y facilitar la comercialización de sus productos en mercados internacionales.

CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA		LISTADO DE ASISTENCIA							
NOMBRE RELACION: <i>Ricardo Montano</i>		FECHA: <i>23/06/2025</i>		HORA: <i>17:00</i>		LUGAR:			
No.	Asistente Nombre y Apellido	DOCUMENTO	EMPRESA	Municipio / Corredor	CARGO	MT	Teléfono	Cuentas Electrónicas	Firma * Autorización de Participación de Datos Personales
1	Andrea Herra S	61333818	Grupo ODA Cometex	Bucaramanga	Jefe Financiera	99020444	318876900	oficinas@odacometex.com	<i>Andrea Herra</i>
2	Olga Martín	63149416	Oba Colombia Ltd	Bucaramanga	Analista Técnica	990124536	216003353	telefonos@obacolombia.co	<i>Olga Martín</i>
3	JUAN H. PAVANA	1351460	CCB	Bogotá	VP de E		31888888	juan.pavana@ccb.com	<i>Juan H. Pavana</i>
4	Javier Sosa	7155544	San Pedro 101.com	Valledupar	Gerente de E	990124536	31888888	sanpedro101.com	<i>Javier Sosa</i>
5	Natalia Tobar Mora	3389400	Clas. Piquera del Ma	Líbano	Directora de E	990124536	31888888	claspiquera.com	<i>Natalia Tobar</i>
6	MARIO ANDRÉS ROJAS	109877283	GRANOS SAS	Floridablanca	DIRECTOR DE PROYECTOS	890211445	31888888	granos.com	<i>Mario Rojas</i>
7	Jorge Silvio	91230401	INDEPEND.	Bogotá			31888888	versidad.com	<i>Jorge Silvio</i>
8	Nancy T. Jaime	63305051	Bucaramanga S.A.S.	Bogotá	Gerente de E	990124536	31888888	nancy.jaime@bucaramanga.com	<i>Nancy T. Jaime</i>
9	Blanca Barrantes	63341343	4 CICA SAS	Piedecuesta	Gerente de E	990124536	31888888	4cica.com	<i>Blanca Barrantes</i>
10	Paola Coca	10954495	Proquímica	Bogotá	C. Financiera	99020444	31888888	proquimica.com	<i>Paola Coca</i>
11	Natalia F.	109500533	Proquímica SAS	Bogotá	C. Gerente	99020444	31888888	proquimica.com	<i>Natalia F.</i>
12	Karen Suárez P	109774270	Independiente LEON'S SAS	Bogotá	Asesora Exp y Mercados	990124536	31888888	karen.sp12@hotmail.com	<i>Karen Suárez</i>
13									
14									

Acompañamiento en la implementación de la marca Made in Santander: se realizó la recepción y revisión de solicitudes, la verificación del cumplimiento de requisitos y la coordinación de información con el equipo evaluador. Además, se promovió la marca entre los empresarios como una herramienta estratégica para el posicionamiento regional. Como resultado de este trabajo, se logró vincular al menos 16 empresas adicionales, fortaleciendo la visibilidad y adopción de este sello territorial.

Figura 9. Evidencia de la revisión de solicitudes de las empresas interesadas y de la implementación de la marca Made in Santander.

Made in Santander						
NIT	Razón Social	Correo	Línea Estratégica			
			Bienes	Servicios	Descripción	
901108951	Proccisan sas	gerenciafinanciera@proccisansas@gmail.com	X		Agroalimentos	
890200690-1	PLASTICOS DE SANTANDER SAS	pladesan@pladesan.com		X	Industrias 4.0	
901124752	BETR MEDIA S.A.S.	contact@betrmedia.com		X	Industrias 4.0	F
800022371	COLOMBIANA DE EXTRUSION S.A. EXTRUCOL	carlos.cruz@extrucol.com		X	Industrias 4.0	B
800117272	INDUSTRIAS LAVCO S.A.S.	marketing@lavco.com.co	X		Cadenas Globales de Valor	F
900892059	DE LOS ANGELES INVESTMENT SAS	admin@delosangelesproduce.com	X		Agroalimentos	C
901063621	Galapago Agroconsultores S.A.S.	c.vega@galapagoagro.co		X	Industrias 4.0	B
901499804-5	SYMBIOT DIGITAL SOLUTIONS S.A.S	lhean@sybiot.co		X	Industrias 4.0	F
804000123-4	SOLIPLAST S.A.	coordinacioncomercial@soliplast.com.co	X		Cadenas Globales de Valor	B
900605891-8	COMPAÑIA CAUCHERA COLOMBIANA SA	Coordinacioncomercial@andinarubber.com	X		Ciencias de la Vida	B

Figura 10. Evidencia de la revisión de solicitudes de las empresas interesadas y de la implementación de la marca Made in Santander.

REQUISITOS PARA OBTENER SELLO						
Empresa y/o establecimiento registrado en las cámaras de comercio del departamento	Renovación de matrícula al 2024	Exportador (RUT/LEGISCOMEX/FE)	Departamento de Origen	Cumple	COMENTARIO	Respuesta
GIRON	28/03/2025	NO HAY REGISTRO	Santander	NO		
BUCARAMANGA	27/03/2025	LEGISCOMEX	Santander	SI	Sellos enviados	carta firmada
FLORIDABLANCA	28/03/2025	NO HAY REGISTRO	Santander	NO		
BUCARAMANGA	26/02/2025	LEGISCOMEX	Santander	SI	Sellos enviados	
FLORIDABLANCA	17/03/2025	LEGISCOMEX	Santander	SI	Sellos enviados	carta firmada
GIRON	2/04/2025	LEGISCOMEX	Santander	SI	Sellos enviados	
BUCARAMANGA	28/03/2025	NO HAY REGISTRO	Santander	SI	Sellos enviados	
FLORIDABLANCA	31/03/2025	SI HAY REGISTRO	Santander	SI	Sellos enviados	
BUCARAMANGA	25/03/2025	LEGISCOMEX	Santander	SI	Sellos enviados	carta firmada
BUCARAMANGA	27/03/2025	LEGISCOMEX	Santander	SI	Sellos enviados	

5.2 Propuesta de valor agregado vinculado al programa Global Plan Santander (GPS)

Durante el desarrollo de la práctica empresarial en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el estudiante identificó oportunidades de mejora relacionadas con el seguimiento

operativo del programa GPS – Global Plan Santander, lo cual se encuentra directamente vinculado al objetivo específico 1: apoyar el programa Global Plan Santander (GPS).

A partir de la observación directa y del análisis de los procedimientos existentes, se propuso el diseño de una herramienta de trazabilidad digital en Excel, que permitiera centralizar la información de las empresas beneficiarias y hacer más eficiente la gestión del equipo técnico. La plantilla incluía campos estandarizados para registrar datos como el nombre de la empresa, sector económico, país objetivo, nivel de avance, última actividad realizada y observaciones. El propósito era reducir la dispersión de la información, facilitar la consulta y optimizar la planeación de acciones.

Aunque la herramienta no alcanzó a implementarse de manera formal durante el periodo de práctica, debido a limitaciones de tiempo y prioridades institucionales, fue socializada con el equipo de internacionalización, que la valoró como un insumo útil y viable para mejorar la gestión del programa.

Este aporte reflejó la capacidad del practicante para ir más allá de la ejecución de tareas operativas, planteando soluciones innovadoras y pertinentes al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Cámara de Comercio.

Figura 11. Propuesta de valor agregado.

Nombre de la empresa	Persona de contacto	Correo electrónico	Número de contacto	Sector económico	País objetivo
Café Sierra Viva S.A.S.	Maria Fernanda Rodriguez	mrodriguez@sierraviva.com	+57 310 4567890	Agroindustria - Café Especial	Estados Unidos

Figura 12. Propuesta de valor agregado.

Nivel de avance (Básico / Intermedio / Avanzado)	Última actividad realizada	Fecha de última actualización	Observaciones	Requiere seguimiento (Sí / No)	Prioridad (Alta / Media / Baja)
Intermedio	Asesoría técnica sobre requisitos FDA	2025-07-20	acompañamiento para obtención de certificaciones internacionales (USDA Organic).	Sí	Alta

5.2.1 Identificación de la situación problemática

El estudiante identificó que el seguimiento a las empresas participantes del programa GPS se encontraba fragmentado en múltiples documentos, correos electrónicos y registros informales. Esta dispersión de la información generaba dificultades para conocer el estado actualizado de cada empresa, lo cual afectaba la planificación, el control interno y la eficiencia del acompañamiento técnico. Frente a este panorama, se evidenció la necesidad de contar con una herramienta única y estructurada que centralizara los datos y permitiera al equipo actuar con mayor agilidad, orden y enfoque.

5.2.2 Contribución de conocimiento a la empresa

Como respuesta a dicha problemática, el estudiante propuso el diseño de una plantilla de seguimiento digital, basada en una estructura clara y funcional, adaptada a las necesidades específicas del programa GPS. Esta herramienta fue pensada para facilitar la clasificación de las

empresas según su grado de avance en el proceso de internacionalización y para priorizar acciones de acuerdo con los perfiles detectados.

Aunque no se logró su implementación final, el planteamiento quedó como una *contribución conceptual y técnica* al equipo, abriendo la posibilidad de retomarla, ajustarla y aplicarla en el futuro, cuando las condiciones institucionales lo permitan.

5.2.3 Impacto desde los resultados y/o logros

Dado que la propuesta no fue aplicada durante el periodo de práctica, no fue posible medir su impacto de manera cuantitativa ni operacional. No obstante, el simple hecho de haberla planteado generó valor en términos de reflexión interna dentro del área, permitiendo que se reconociera una debilidad operativa que hasta ese momento no había sido formalmente abordada. El ejercicio también fortaleció en el estudiante su capacidad para identificar oportunidades de mejora, estructurar propuestas con criterio profesional y comunicar ideas de forma clara dentro de una organización. Estos aprendizajes representan logros significativos desde la perspectiva formativa, y podrían ser capitalizados por la entidad en futuros ciclos de mejora continua.

5.3 Aportes de la empresa al proceso formativo

La Cámara de Comercio de Bucaramanga brindó al estudiante un espacio de formación práctico, realista y profesional, que permitió el desarrollo de habilidades técnicas, interpersonales y organizacionales. A través de la participación en programas como GPS y Futuros Exportadores, el practicante pudo adquirir una visión más completa sobre el proceso de internacionalización

empresarial, la gestión de eventos institucionales, el trabajo con empresarios reales y la aplicación de herramientas de análisis comercial.

Entre los aportes más destacados se encuentran:

- *Formación en el uso de herramientas prácticas* como Legiscomex, Google Workspace, plataformas de contacto empresarial y gestión de eventos.
- *Fortalecimiento de habilidades de comunicación*, organización y trabajo colaborativo en entornos dinámicos.
- *Comprensión del funcionamiento institucional* de programas de apoyo a la competitividad, lo cual aportó contexto estratégico a sus estudios en negocios internacionales.
- *Crecimiento profesional y personal*, al enfrentarse a situaciones que exigieron autonomía, responsabilidad y adaptabilidad.

5.4 Plan de mejora

5.4.1 Aspecto a mejorar

Durante la práctica se evidenció que el seguimiento a las empresas participantes del programa *Global Plan Santander (GPS)* no se encontraba centralizado en un único sistema de registro. La información estaba dispersa en diferentes documentos y correos electrónicos, lo que dificultaba la trazabilidad de los avances y la coordinación de acciones con el equipo técnico. Esta situación podía generar demoras en la entrega de resultados, duplicidad de tareas y pérdida de datos relevantes para la toma de decisiones.

5.4.2 Meta general

Diseñar e implementar una herramienta de seguimiento digital que permita consolidar, en un solo formato, la información esencial de cada empresa vinculada al GPS. Con ello se busca que el equipo disponga de datos actualizados, fáciles de consultar y con criterios de clasificación claros, de forma que las acciones de asesoría y acompañamiento sean más oportunas y efectivas.

5.4.3 Acciones propuestas

1. Elaborar una plantilla digital en Excel con campos estandarizados (datos de la empresa, sector, país objetivo, estado de avance, última actividad y observaciones).
2. Establecer un protocolo para la actualización semanal de la información, asignando responsables dentro del equipo de internacionalización.
3. Capacitar al personal encargado sobre el uso de la plantilla y la importancia de mantener registros completos y precisos.
4. Realizar una revisión mensual de los datos para validar su coherencia y detectar posibles errores o inconsistencias.

5.4.4 Indicadores de seguimiento

- *Tasa de actualización oportuna:* porcentaje de empresas cuya información se encuentra al día.

- *Tiempo promedio de respuesta:* intervalo entre la recepción de una solicitud y su registro en la plantilla.
- *Número de errores detectados:* cantidad de inconsistencias encontradas en las revisiones mensuales.

5.4.5 responsables

El responsable principal sería el *coordinador del área de Internacionalización*, quien supervisaría la implementación y uso de la herramienta. Como apoyo, se asignaría a un miembro del equipo para la actualización de datos y a un practicante para la verificación y registro de información nueva.

5.4.6 Recursos necesarios

- *Recursos humanos:* personal del área de Internacionalización y practicantes asignados.
- *Recursos tecnológicos:* computadora, acceso a internet y software de hoja de cálculo.
- *Recursos metodológicos:* manual de uso de la plantilla y protocolo de actualización.

Tabla 2. *Propuesta de plan de mejora. Cronograma – Diagrama de Gantt*

Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6
Diseño de la plantilla						
Elaboración del protocolo de uso						
Capacitación del personal						
Implementación y pruebas						
Evaluación inicial y ajustes						

Explicación del cronograma: el proceso iniciaría con el diseño de la plantilla durante la primera y segunda semana, seguido por la elaboración del protocolo de uso. En la tercera y cuarta semana se desarrollaría la capacitación del personal y posteriormente en la cuarta y quinta semana se pondría en marcha la implementación y las pruebas. Finalmente, durante la quinta y sexta semana, se realizaría una evaluación de la herramienta para ajustar detalles y garantizar su eficacia antes de su uso definitivo.

6. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

La práctica empresarial desarrollada en la Cámara de Comercio de Bucaramanga permitió alcanzar el objetivo general de participar activamente en los procesos del área de internacionalización, integrando los conocimientos adquiridos en la formación académica con experiencias prácticas en programas estratégicos. La vinculación a iniciativas como el Global Plan Santander (GPS), Futuros Exportadores y la marca Made in Santander facilitó un aprendizaje integral sobre el papel de la entidad como agente de articulación en el fortalecimiento empresarial y en la proyección internacional de las compañías del departamento.

En relación con los objetivos específicos, la participación en el programa GPS posibilitó apoyar la gestión de comunicaciones y el seguimiento a empresas beneficiarias, lo que evidenció la necesidad de fortalecer los mecanismos de trazabilidad para optimizar la coordinación institucional. De manera complementaria, el manejo de la plataforma Legiscomex brindó información actualizada y confiable, la cual sirvió como soporte técnico en la asesoría a empresarios, demostrando la relevancia de la inteligencia comercial como recurso fundamental en los procesos de internacionalización.

La experiencia en el programa Futuros Exportadores contribuyó a la preparación de empresas con potencial exportador, mediante la coordinación de actividades logísticas y técnicas que permitieron garantizar un desarrollo organizado de talleres y capacitaciones. Asimismo, el acompañamiento a la implementación de la marca Made in Santander fortaleció la comprensión

del valor estratégico que representa este sello para la diferenciación y posicionamiento de los productos regionales en los mercados nacionales e internacionales.

Finalmente, el diseño de una herramienta digital de trazabilidad constituyó un aporte propositivo orientado a mejorar los procesos internos del área de internacionalización. Aunque no se implementó durante el periodo de práctica, esta iniciativa fue reconocida como un insumo de utilidad para la gestión institucional y reflejó una actitud proactiva en la identificación de oportunidades de mejora.

Recomendaciones

En atención a los aprendizajes y resultados obtenidos, se considera pertinente avanzar en la implementación de un sistema digital de trazabilidad que centralice la información de las empresas participantes en el programa GPS, con el fin de garantizar un seguimiento estructurado y eficiente. De igual manera, se recomienda fortalecer el uso de plataformas de análisis comercial, como *Legiscomex*, mediante procesos de capacitación continua que permitan aprovechar al máximo su potencial para la toma de decisiones estratégicas.

También resulta aconsejable consolidar el programa Futuros Exportadores como un espacio integral de formación y preparación empresarial, incorporando mecanismos de evaluación que permitan medir de forma periódica el impacto de las capacitaciones y talleres en el desempeño de las compañías vinculadas. Del mismo modo, es fundamental ampliar las acciones de difusión de la marca *Made in Santander*, promoviendo su adopción por un mayor número de empresas y resaltando su relevancia como herramienta de diferenciación y posicionamiento en mercados internacionales.

Finalmente, se recomienda continuar fomentando la participación de estudiantes en prácticas profesionales dentro de la entidad, asignándoles responsabilidades que les permitan contribuir en la mejora de procesos institucionales y generar propuestas innovadoras. La creación de espacios de retroalimentación periódica dentro del área de internacionalización favorecerá la identificación de oportunidades de mejora y permitirá capitalizar los aportes de los practicantes y colaboradores en beneficio de la gestión institucional.

Referencias

- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (s.f.). [Organigrama de la empresa.]. Archivo institucional de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (s.f.). Cámara Directa. <https://www.camaradirecta.com/>
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (s.f.). Global Plan Santander. <https://www.globalplansantander.com/#sobregps>
- Legiscomex. (s. f.-a). *Nosotros*. <https://www.legiscomex.com/>
- Legiscomex. (s. f.-b). *Soluciones*. <https://www.legiscomex.com/soluciones>
- Invest in Santander. (s. f.). *Global Plan Santander*. <https://www.investinsantander.co/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Decreto 2042 de 2014*. Diario Oficial de la República de Colombia.
- Real Academia Española. (s. f.-a). *Trazabilidad*. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es/trazabilidad>
- Real Academia Española. (s. f.-b). *Trazabilidad*. En *Diccionario panhispánico de dudas*. <https://www.rae.es/dpd>
- Hill, C. W. L. (2021). *International business: Competing in the global marketplace* (13th ed.). McGraw-Hill.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23–32.

Apéndices

Apéndice A. *Plantilla de seguimiento a empresas GPS*

(Véase apéndice adjunto: *Plantilla_Seguimiento_Empresas_GPS_Ejemplo.xlsx*)