



Estrategias para optimizar la exportación de uchuva a nuevos mercados contribuyendo al mejoramiento en los procesos del área de logística y comercio exterior de la empresa
Novacampo S.A.S SCI

Gisselle Johana Casas Zambrano

Facultad de Negocios Internacionales
Universidad Santo Tomas - Seccional Tunja
OPCIÓN DE GRADO II
Tutora: Docente Elizabeth Malagón Sáenz
junio de 2024

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



Tabla de Contenido

1. Introducción	6
2. Justificación	8
3. Pregunta de Reflexión	10
4. Objetivos	10
4.1 Objetivo General.....	10
4.2 Objetivos Específicos	10
5. Estudio de la empresa	11
5.1 Logo de la Empresa	12
5.2 Misión	12
5.3 Visión	13
5.4 Valores corporativos.....	13
5.5 Organigrama	15
5.6 Posición en el mercado.....	15
5.7 Ventaja competitiva.....	16
6. Antecedentes	16
7. Diagnostico.....	18
7.3 Matriz DOFA	18
7.2 MEFI (Matriz de evaluación de factores internos)	20
7.3 MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos)	22
8. Plan de Mejora	23
8.1 Objetivo general	23
8.2 Objetivos específicos	23

USTATUNJA

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

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

más ALTA
de tus límites
22-25



8.3 Iniciativas Estratégicas	24
8.4 Metas del plan de mejora	28
8.5 Indicadores	29
8.6 Estrategias de implementación plan de mejora	30
8.7 Cronograma	35
9. Conclusiones	35
10. Referencias	38

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



Resumen

El presente trabajo se centra en analizar y optimizar las fases del proceso de exportación de uchuva desde Colombia por parte de la empresa Novacampo a partir de la practica realizada en esta empresa. Identificando los puntos críticos que afectan la eficiencia del departamento de comercio exterior y logística mediante las matrices de evaluación de factores internos y externos, así como también la matriz Dofa, proponiendo mejoras específicas para cada etapa del proceso. En los procesos del área de logística y comercio exterior se logrará la optimización de la exportación reduciendo el tiempo de la operación y agilizando la salida de documentación mediante la búsqueda de nuevas estrategias y la implementación de un nuevo sistema que conglomere toda la información. Esto incluye la adopción de tecnologías avanzadas como sistemas de trazabilidad para monitorear el estado de los envíos en tiempo real, la digitalización de documentos para facilitar el acceso y la gestión de la información, la integración de plataformas que permitan una comunicación más fluida entre todos los actores involucrados en la cadena de suministro. Además, se propondrá la formación continua del personal en mejores prácticas logísticas que agilicen los trámites aduaneros mejorando la competitividad de la empresa.

Palabras clave: Exportación, comercialización, cliente, logística, arancel, demanda, comercio internacional

Abstract

This work focuses on analyzing and optimizing the stages of the process of exporting cape gooseberry from Colombia by the company Novacampo based on the practice carried out in this company. Identifying the critical points that affect the efficiency of the foreign trade and logistics department through the evaluation matrices of internal and external factors, as well as the Dofa matrix, proposing specific improvements for each stage of the process. In the processes of the logistics and foreign trade area, export optimization will be achieved by reducing the operation time and speeding up the documentation output through the search for new strategies and the implementation of a new system that brings together all the information. This includes the adoption of advanced technologies such as traceability systems to monitor the status of shipments in real time, the digitization of documents to facilitate access and management of information, the integration of platforms that allow for more fluid communication between all actors involved in the supply chain. In addition, continuous training of personnel in better logistics practices will be proposed to streamline customs procedures and improve the company's competitiveness.

Key words: Export, commercialization, customer, logistics, tariff, demand, international trade.

1. Introducción

La exportación de fruta fresca es el principal proceso de novacampo como una sociedad comercializadora internacional, por ello siempre está en la búsqueda de optimizar este proceso para que en todos los subprocesos que conlleva exportar siempre busquen un avance significativo, desde que se comienza a conseguir la calidad de la fruta, los proveedores y los terceros que ayudan a facilitar el proceso hasta la entrega final al cliente.

Al obtener certificaciones relevantes y cumplir con las normativas locales, la empresa Novacampo busca garantizar que los productos cumplan con los estándares más altos de calidad y seguridad. Además, mediante una estrategia de marketing robusta y alianzas estratégicas con distribuidores locales, asegurar una distribución efectiva y un posicionamiento fuerte de la empresa Novacampo como marca. Al implementar prácticas de manejo fitosanitario y bioseguridad, gestionando los riesgos financieros de manera efectiva, buscando no solo mitigar posibles desafíos, sino también fomentar la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo con la entrada de la uchuva de Novacampo en el competitivo mercado.

Desde 1988, la uchuva ha sido objeto de exportación a la Unión Europea. En sus inicios, las exportaciones se realizaban principalmente por vía aérea, pero con el tiempo se incorporaron envíos marítimos en contenedores combinados de uchuva y gulupa, lo que facilitó la exportación en grandes volúmenes. En la actualidad, Alemania destaca como uno de los principales mercados para la exportación de uchuva, debido a la diversidad de su consumo y su posición como un referente de frutas exóticas de interés.



La importación de uchuva en México representa una tendencia creciente en el mercado de frutas exóticas en el país. La fruta colombiana que ha capturado la atención de los consumidores por su sabor único y sus destacados beneficios nutricionales.

Novacampo al ser una sociedad comercializadora internacional cuenta con el registro de productor exportador de fruta fresca del ICA, este certificado es utilizado para comprobar el estado fitosanitario a los países que realizan compras y el debido certificado de exportador expedido por el ICA.

La mayoría de los proveedores de novacampo se encuentran en departamento de Boyacá donde también está ubicada la planta empacadora, en la ciudad de Tunja más específicamente.

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



2. Justificación

Con este plan de mejora se busca crear una nueva estrategia que optimice el proceso de exportación para la empresa Novacampo y así, enviar su principal producto a nuevos destinos que pueden ser de gran ayuda para solventar las posibles crisis de la escasez de fruta generadas por el clima y la pandemia COVID 19. De esta manera se proponen nuevas estrategias de comercialización para la empresa, producto de la práctica empresarial que se llevó a cabo durante los meses de febrero a agosto del año 2023, a través de un plan de mejora para que Novacampo empiece a implementar las exportaciones con la entrada de su principal producto, la uchuva, a nuevos mercados para generar nuevas oportunidades. La Uchuva, también llamada *Physalis Peruviana L.* en Colombia, es una fruta exótica que tiene sus raíces en los Andes Suramericanos. Hoy en día, se halla en naciones tropicales y ciertos lugares subtropicales. Esta fruta prospera en áreas de elevada altitud, típicamente entre los 1500 y 3000 metros sobre el nivel del mar.

La Uchuva es altamente valorada por sus numerosos beneficios para la salud, respaldados por estudios que destacan sus características nutricionales. Su popularidad en los mercados internacionales se debe a su asociación con una alimentación orgánica y a la diversidad de productos derivados que ofrece. Rica en nutrientes esenciales como fibra, proteínas, minerales y agua, apenas unos 13 gramos de los 100 gramos de fruta son carbohidratos. Entre sus beneficios se incluyen la provisión de vitaminas A, C y B, fortalecimiento del nervio óptico, purificación de la sangre, efecto adelgazante, control de la diabetes, reducción del colesterol, apoyo en la eliminación de parásitos intestinales,

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



tratamiento de afecciones de la próstata, propiedades anticancerígenas y antioxidantes, así como la capacidad para disminuir la hipertensión.

Según las dos orillas (2023) El departamento de Boyacá destaca por tener suelos y temperaturas apropiadas para cultivar variedad de productos en los que destaca la uchuva, como fruta exótica, convirtiéndola cada vez más en un producto con un fuerte impacto económico y social debido a alta demanda en los mercados internacionales.

La uchuva en Colombia entre los años de 2021 y 2023 alcanzó la mayor cifra de exportaciones ofreciendo más oferta de empleo para las familias campesinas al mejorar su nivel económico. (Las dos orillas, 2023)

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



3. Pregunta de Reflexión

¿Qué acciones se pueden aplicar para optimizar la exportación de uchuva de la empresa Novacampo logrando posicionarla en nuevos mercados?

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Diseñar estrategias para la optimización del proceso de exportación de uchuva de la empresa Novacampo para lograr posicionarla en nuevos mercados.

4.2 Objetivos Específicos

-Llevar a cabo un estudio y análisis detallado de la empresa Novacampo en su rol como exportadora corporativa.

-Realizar un diagnóstico situacional de la empresa Novacampo para evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el área de mercados o exportaciones, con el fin de identificar aspectos clave para la toma de decisiones.

-Determinar estrategias que puedan generar un impacto positivo en el desempeño del área de logística y comercio exterior

-Presentar las estrategias identificadas en el diagnóstico a través del desarrollo de un plan de mejora.

5. Estudio de la empresa

Novacampo SAS SCI, es una empresa productora y comercializadora internacional de frutas frescas exóticas colombianas.

Fue fundada en marzo del 2003 y sus primeras exportaciones de Uchuva (Physalis Peruviana L) se hicieron vía aérea hacia Alemania. A medida que este producto se ha hecho más popular, se comenzó a despachar vía marítima hasta cinco contenedores semanales hacia Europa.

Gracias al trabajo de sus colaboradores y a sus altos estándares de calidad, ha logrado ingresar y sostenerse en un mercado de alta exigencia como el europeo y el norteamericano, donde espera seguir creciendo. Por último, los Países Árabes Unidos han sido en el último año un mercado interesante para posicionar las frutas exóticas de Novacampo.

Sus cultivos están certificados según la norma GLOBAL GAP, lo cual es garantía de sus Buenas Prácticas Agrícolas y Buenas Prácticas de Manejo. En adición se cuenta con la Certificación Social Global Grasp y Rainforest alliance.

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

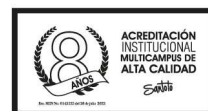
Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25





5.1 Logo de la empresa:

Figura 1. *Logo de Novacampo*



Fuente: Página principal NOVACAMPO.COM <http://www.novacampo.com/>

5.2 Misión

NOVACAMPO SAS SCI., Es una empresa comercializadora internacional de frutas frescas colombianas, que basa sus resultados y crecimiento en la práctica de una relación proactiva, transparente y directa con sus clientes, asociados, proveedores, colaboradores y accionistas.

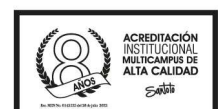
Buscamos asegurar la satisfacción de todos los interesados innovando permanentemente, favoreciendo el logro de los más altos estándares de calidad y la mejora continua en los procesos de pos cosecha, generando y fortaleciendo la confianza mutua y el apoyo con sus colaboradores directos e indirectos para facilitar el crecimiento conjunto.

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

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

más ALTA
de tus límites
22-25



5.3 Visión

Seremos una de las comercializadoras de frutas frescas colombianas más reconocidas en los mercados europeos, americano y global; por su calidad integral, basada en el respeto a todas las partes interesadas, logrando el cumplimiento de las normas técnicas, legales y ambientales en cultivos y procesos en general, con un claro enfoque en la mejora continua de las operaciones y la rentabilidad, así como en el desarrollo permanente de todos los integrantes de la organización y la práctica de la Responsabilidad Social como generadora de empleo urbano y rural.

5.4 Valores corporativos

-Integridad: Actuar con honestidad, transparencia y ética en todas las interacciones comerciales y relaciones con los clientes, empleados y socios.

-Calidad: Comprometerse a ofrecer productos o servicios de alta calidad que cumplan o superen las expectativas de los clientes.

-Innovación: Fomentar la creatividad y la innovación en todos los aspectos del negocio para impulsar el crecimiento, la mejora continua y la ventaja competitiva.

-Responsabilidad social: Contribuir positivamente a la comunidad y al medio ambiente, adoptando prácticas comerciales sostenibles y apoyando iniciativas sociales y ambientales.

-Colaboración: Fomentar un ambiente de trabajo colaborativo donde se valore el trabajo en equipo, la comunicación abierta y la colaboración entre departamentos y equipos.

-Respeto: Respetar la diversidad, la igualdad y los derechos humanos, tratando a todos los empleados, clientes y socios con dignidad y respeto.

-Cliente centrado: Priorizar las necesidades y satisfacción del cliente en todas las decisiones y acciones de la empresa, buscando siempre ofrecer una experiencia excepcional al cliente.

Crecimiento personal y profesional: Fomentar el desarrollo personal y profesional de los empleados, brindando oportunidades de aprendizaje, crecimiento y avance en la carrera.

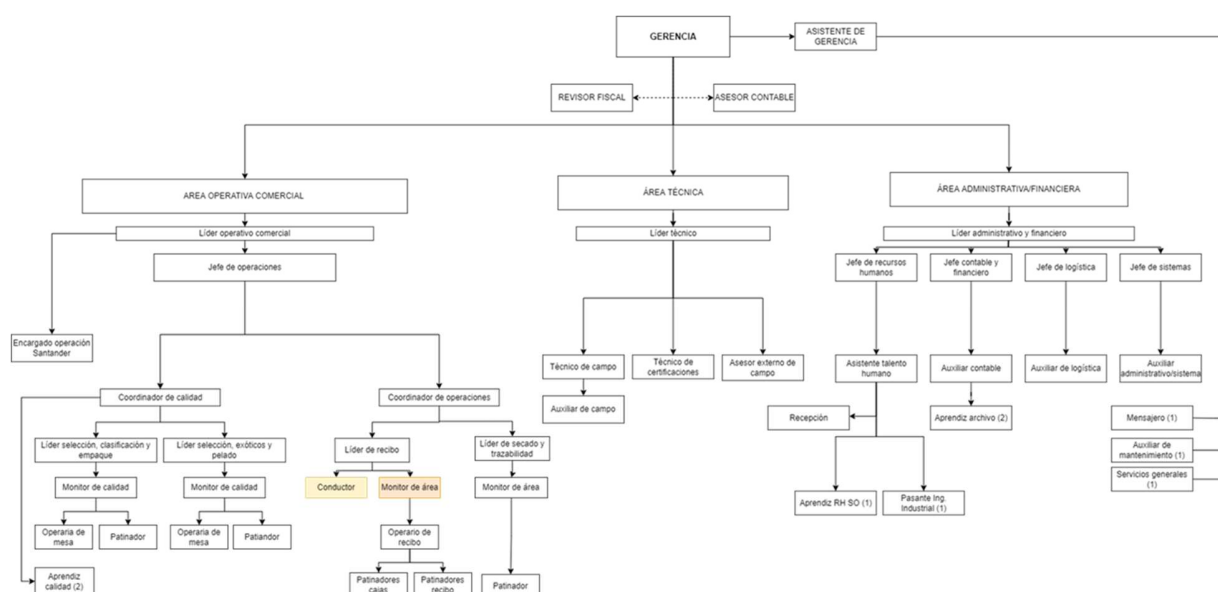
Agilidad: Adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y a las nuevas oportunidades, siendo flexible y ágil en la toma de decisiones y la ejecución de estrategias.

Liderazgo: Inspirar y motivar a los empleados a través del ejemplo, demostrando liderazgo efectivo, visión estratégica y compromiso con los valores de la empresa.

5.5 Organigrama

En la figura número 2 se detalla la estructura organizacional de Novacampo

Figura 2 Organigrama de Novacampo



Nota. Creación propia, información tomada de la empresa Novacampo SAS

5.6 Posición en el mercado

Novacampo al ser una empresa con más de 20 años de trayectoria en el mercado, está

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.812.337-6 - PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

Campus Centro Histórico - Cll. 19 No 11 - 64

Campus Avenida Universitaria
Edificio Fray Giordano Bruno O.P.: Av. Universitaria - Cll. 48 No. 1-235 este
Edificio Santo Domingo de Guzmán - Av. Universitaria No. 45 - 202

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



exportaciones de uchuva, la calidad de su fruta que proviene del campo boyacense el cual al tener una diversidad de climas hace que la calidad del producto sea optima

5.7 Ventaja competitiva

Novacampo ofrece alta calidad en sus productos y un amplio catálogo de frutas que cumplen con los estándares internacionales; también ofrece precios competitivos conservando clientes potenciales y llegando a múltiples mercados en todo el mundo desde medio oriente, Europa, y América del norte. La relación con sus más de 30 clientes generando lealtad y confianza en la marca hacen que la empresa se mantenga en el mercado de manera competitiva.

6. Antecedentes

La empresa Novacampo ha consolidado una trayectoria de más de dos décadas exportando frutas a diversos destinos internacionales, entre los que destacan Holanda, España, Estados Unidos, Canadá y los Emiratos Árabes Unidos. Esta extensa experiencia en el mercado internacional no solo ha fortalecido su posición como líder en el sector agroindustrial colombiano, sino que también ha permitido a Novacampo establecer relaciones sólidas con clientes y distribuidores en mercados exigentes y diversos. Gracias a un compromiso constante con la calidad, la innovación y las prácticas sostenibles, la empresa ha logrado mantener estándares elevados en la producción y transporte de sus productos, garantizando frescura y cumpliendo con las normativas internacionales. Este historial exitoso de exportación ha sentado las bases para considerar nuevos mercados y oportunidades,

buscando siempre expandir su alcance global y ofrecer lo mejor de la agricultura colombiana
NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

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

más **ALTA**
de tus límites
22-25



al mundo. Sin embargo, algunas fluctuaciones en el mercado y los cambios climáticos han llevado a la empresa a reestructurar nuevas medidas para solventar la escasez de fruta y buscar nuevas maneras de optimizar su proceso de exportación.

Novacampo está en constante búsqueda de nuevos clientes potenciales que le permitan a la empresa llegar a otros mercados como los Latinoamericanos ya que no cuenta con presencia de sus productos en esta región y así tener un cliente potencial que por tiempos en los despachos aéreos y marítimos le favorecerían a la empresa puesto que el producto llegaría con la más alta calidad.

Durante el primer trimestre de 2022, se registró un aumento del 18% en las exportaciones en comparación con el mismo período del año anterior, y en 2021, la exportación de frutos alcanzó su nivel más alto hasta la fecha. Es relevante destacar que Colombia se posiciona como uno de los principales exportadores de uchuva a nivel mundial, dado que comenzó a exportar este producto a la Unión Europea en 1988. (ICA,2023)

En el año 2021, las importaciones de uchuva en México aumentaron un 12% en comparación con el año anterior, manteniendo una Tasa de Crecimiento Anual Compuesta (TCAC) del 1% desde 2017 hasta 2021. (ICA,2023)

Además, según el ministerio de comercio exterior, durante los últimos cinco años, México ha observado un aumento significativo en las importaciones, especialmente de fresas frescas, que representan en promedio el 66.7% del total importado. Los kiwis frescos también han tenido una participación destacada, con un promedio del 27.4% en el período mencionado de 2017 a 2021.

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



La empresa actualmente realiza sus exportaciones cumpliendo el objetivo en un 80%, cada semana salen dos contenedores marítimos, y despachos aéreos todos los días de la semana; sin embargo, debido al clima del fenómeno del niño se ha presentado escasez en la fruta y la calidad se ha visto afectada por las altas temperaturas que hacen que los tiempos de maduración de la fruta sean más cortos y que algunos clientes dejen de hacer pedidos.

7. Diagnostico

7.1. MATRÍZ DOFA

Tabla 1. Matriz DOFA de Novacampo

Matriz DOFA cruzada NOVACAMPO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. Incremento en la demanda global de frutas saludables y exóticas. 2. Acuerdos comerciales favorables entre países exportadores e importadores. 3. Posibilidad de diversificación de productos. 4. Crecimiento económico de mercados emergentes mediante la exportación a nuevos destinos.	1. Fluctuaciones en los precios de los productos agrícolas. 2. Cambios en las regulaciones comerciales internacionales. 3. Riesgos fitosanitarios y de bioseguridad. 4. Inestabilidad política en los países destino de exportación.
FORTALEZAS	FO (FORTALEZAS-OPORTUNIDADES)	FA(FORTALEZAS-AMENAZAS)
1. Alta calidad de la fruta. 2. Acceso a tecnología avanzada en la producción agrícola. 3. Experiencia en la exportación a diferentes	F1-O1-F2-O2: Enfocarse en posicionarse como un proveedor líder de uchuva de alta calidad a nivel internacional, utilizando y	F3-A4: Utilizar la experiencia previa en la exportación para diversificar y expandir la presencia en nuevos mercados internacionales con TLC.

mercados. 4. Amplia red de distribución internacional.	reconocimientos de calidad para respaldar esta afirmación y así poder llegar a más clientes. F3-O3: Exportación para entrar a nuevos mercados.	A1-F2: control por medio de una base de datos que ratifique cuales proveedores ofrecen calidad en la fruta
DEBILIDADES	DO (DEBILIDADES - OPORTUNIDADES)	DA (DEBILIDADES - AMENAZAS)
1. Dependencia de las condiciones climáticas para la producción. 2. Falta de un programa o base de datos y almacenamiento general. 3. Limitaciones en la capacidad de proveedores base 4. Competencia intensa en el mercado nacional e internacional.	D2-O4-D3: implementación de una base de datos que guarde y facilite todos los procesos de la exportación. D1-O1: Capitalizar el creciente interés por frutas saludables y exóticas mediante la expansión de la oferta de productos y la penetración en nuevos mercados.	A2-D4: Mejorar la capacidad de financiamiento entrando a nuevos mercados y generar nuevas alianzas, aumentando la competitividad internacional y gestionando eficazmente los riesgos asociados con fluctuaciones de precios y amenazas fitosanitarias.

Fuente: Creación Propia

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria
Edificio Fray Giordano Bruno O.P.: Av. Universitaria - Cll. 48 No. 1-235 este
Edificio Santo Domingo de Guzmán - Av. Universitaria No. 45 - 202

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



7.2 Matriz de evaluación de factores internos

Tabla 2. MEFI (Matriz de evaluación de factores internos)

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE PROCESOS INTERNOS			
FORTALEZAS	Ponderación	Calificación (1-5)	Puntuación Ponderada
Alta calidad de la fruta.	0.20	4	0,8
Acceso a tecnología avanzada en la producción agrícola.	0.15	4	0,6
Experiencia en la exportación a diferentes mercados.	0.10	3	0,3
Amplia red de distribución internacional.	0.10	3	0,3
DEBILIDADES			
Dependencia de las condiciones climáticas para la producción.	0.10	3	0,35
Falta de un programa o base de datos y almacenamiento general.	0.15	4	0,6
Limitaciones en la capacidad de proveedores base	0.15	4	0,6
Competencia intensa en el mercado nacional e internacional.	0.05	3	0,1
Total	1.00		3,65

Nota: Información recopilada en el periodo de practica

La puntuación de 3.65 en la matriz MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos)

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - PRY: (60 8) 744.0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

sugiere que la organización tiene una situación interna sólida y favorable en general. Esta

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria
Edificio Fray Giordano Bruno O.P.: Av. Universitaria - Cll. 48 No. 1-235 este
Edificio Santo Domingo de Guzmán - Av. Universitaria No. 45 - 202

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



puntuación está por encima del puntaje medio de 3.0 en una escala de 1 a 4, indicando que los factores internos evaluados tienen más características positivas que negativas. Los factores críticos internos, como fortalezas y debilidades organizacionales, se perciben como favorables y bien establecidos. Esto implica que la organización probablemente cuenta con recursos, capacidades y estructuras internas sólidas que la posicionan bien para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en su entorno externo. Es importante para la organización continuar fortaleciendo sus aspectos positivos internos y abordando sus áreas de mejora para mantener y mejorar su competitividad y rendimiento general.

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



7.3 Matriz de evaluación de procesos externos

Tabla 3. MEFE (Matriz de evaluación de procesos externos)

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE PROCESOS EXTERNOS			
OPORTUNIDADES	Ponderación	Calificación (1-5)	Puntuación Ponderada
Incremento en la demanda global de frutas saludables y exóticas.	0,15	4	0,6
Acuerdos comerciales favorables entre países exportadores e importadores.	0,15	3	0,4
Posibilidad de diversificación de productos.	0,1	2	0,2
Crecimiento económico de mercados emergentes mediante la exportación a nuevos destinos.	0,1	3	0,3
AMENAZAS			
Fluctuaciones en los precios de los productos agrícolas.	0,15	2	0,3
Cambios en las regulaciones comerciales internacionales.	0,1	2	0,2
Riesgos fitosanitarios y de bioseguridad.	0,15	4	0,5
Inestabilidad política en los países destino de exportación	0,1	4	0,4
Total	1.00		2.9

Nota: Información recopilada en el periodo de practica

Con una puntuación de 2.9 indica que la organización está experimentando un entorno

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - PBX: (60 8) 744.0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

externo generalmente debil o desfavorable. Esta puntuación está por debajo del puntaje

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria
Edificio Fray Giordano Bruno O.P.: Av. Universitaria - Cll. 48 No. 1-235 este
Edificio Santo Domingo de Guzmán - Av. Universitaria No. 45 - 202

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



medio de 3.0 en una escala de 1 a 4, lo que sugiere que los factores externos evaluados tienen más características negativas que positivas. Los factores críticos, incluyendo tanto amenazas como oportunidades del entorno externo, son percibidos como desafiantes o poco favorables para la organización. Las amenazas podrían incluir competencia intensa, cambios regulatorios y fluctuaciones económicas, mientras que las oportunidades podrían no ser tan accesibles o beneficiosas como se esperaría. Esta situación subraya la necesidad de que la organización tome acciones proactivas para mitigar las amenazas identificadas y mejorar su capacidad para capitalizar las oportunidades disponibles.

8. Plan de Mejora

Tomando en consideración la información obtenida del diagnóstico y análisis realizado a la empresa Novacampo SAS ubicada en la ciudad de Tunja, se ha identificado la necesidad de mejorar el proceso exportación de uchuva con el objetivo de diseñar estrategias para optimizar la comercialización y el posicionamiento de la empresa en nuevos mercados.

8.1 Objetivo General

Diseñar estrategias que ayuden a optimizar el proceso de exportación de la uchuva y que contribuyan al mejoramiento en los procesos del área de logística y comercio exterior de la empresa Novacampo S.A.S SCI

8.2 Objetivos específicos

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria
Edificio Fray Giordano Bruno O.P.: Av. Universitaria - Cll. 48 No. 1-235 este
Edificio Santo Domingo de Guzmán - Av. Universitaria No. 45 - 202

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



1. Identificar las características de nuevos clientes potenciales para la empresa.
2. Seleccionar proveedores permanentes para el suministro de la fruta.
3. Implementar un programa software base de datos que conglomere toda la información de la empresa.
4. Establecer intermediarios claves para el envío de despachos aéreos de la fruta.

8.3 Iniciativas Estratégicas

A continuación, se detallan las iniciativas propuestas por cada objetivo

9.3.1 Iniciativas propuestas para cumplir el objetivo específico 1:

Para identificar las características de nuevos clientes potenciales para la empresa, es fundamental seguir una serie de pasos estratégicos que permitan obtener información detallada y precisa sobre el perfil de estos clientes. Primero, se debe realizar un análisis de clientes actuales, segmentándolos para entender sus características demográficas y comportamientos de compra, y complementando con encuestas y entrevistas para obtener información cualitativa sobre sus percepciones y necesidades. Luego, se debe llevar a cabo una investigación de mercado que incluya un análisis de la competencia para comprender cómo atraen y retienen a sus clientes, y un estudio de las tendencias del mercado para identificar factores emergentes que puedan influir en los clientes potenciales. Posteriormente, se debe definir el perfil del cliente ideal (ICP) desarrollando buyer personas basadas en datos obtenidos y mapeando el customer journey para entender las etapas del proceso de compra.

A continuación, se implementarán campañas piloto para validar las características del cliente

USTATUNJA.EDU.CO

potenciar en el mercado real, y se ajustarán y optimizarán las estrategias según los resultados

NIT: 860.012.357-6 - PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

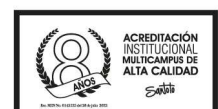
Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



obtenidos. Finalmente, se establecerá un proceso de monitorización y actualización continua mediante métricas y KPIs para medir el éxito de las estrategias, y se recogerá feedback regularmente de los nuevos clientes para adaptarse a los cambios en el mercado y en sus necesidades. Implementando esta iniciativa estratégica, la empresa podrá identificar de manera efectiva las características de nuevos clientes potenciales, ajustando sus estrategias de marketing y ventas para atraer y retener a estos clientes, y así optimizar sus recursos y maximizar su crecimiento en el mercado.

8.3.2 Iniciativas propuestas para cumplir el objetivo específico 2:

Para seleccionar proveedores permanentes para el suministro de fruta, es crucial seguir una serie de pasos estratégicos que permitan identificar y evaluar proveedores potenciales, garantizando la calidad y la estabilidad del suministro. En primer lugar, se debe definir criterios de selección, asegurando que la fruta cumpla con los estándares de calidad requeridos mediante especificaciones detalladas y requisitos de certificaciones, evaluar la capacidad de producción y almacenamiento del proveedor, revisar historial de cumplimiento de plazos y volúmenes de entrega, y equilibrar calidad y costo mediante cotizaciones detalladas y condiciones contractuales favorables. También es esencial verificar que el proveedor cumpla con prácticas agrícolas sostenibles y políticas de responsabilidad social. La siguiente etapa es la búsqueda y preselección de proveedores, identificando una lista de potenciales mediante investigación de mercado, participación en ferias y consultas a bases de datos de proveedores, seguido de la solicitud de información preliminar (RFI) para evaluar capacidad y alineación con los criterios definidos. Luego, se realiza la evaluación y selección de proveedores mediante solicitudes de propuesta (RFP), evaluando las propuestas recibidas

con una matriz de criterios, visitas in situ y pruebas de calidad con muestras de producto y evaluaciones piloto del suministro. Posteriormente, se negocian y formalizan los contratos, acordando términos y condiciones favorables, incluyendo cláusulas de penalización y garantías de calidad, y formalizando el acuerdo con asistencia legal. Finalmente, se implementa un proceso de monitorización y gestión de proveedores, manteniendo altos estándares de suministro con evaluaciones continuas, auditorías periódicas, y fomentando relaciones de largo plazo con comunicación regular y colaboración en iniciativas de mejora continua. Implementando esta iniciativa estratégica, la empresa podrá seleccionar proveedores permanentes que aseguren la estabilidad del suministro, optimicen recursos y mantengan una ventaja competitiva en el mercado.

8.3.3 Iniciativas propuestas para cumplir el objetivo específico 3:

Para implementar una base de datos que conglomere toda la información de la empresa y agilice el proceso de exportación en todas sus fases, es crucial considerar una serie de iniciativas bien estructuradas. Estas incluyen: un análisis de requerimientos que determine la información esencial para los procesos de exportación, mediante la identificación de datos clave y la evaluación de sistemas existentes; el diseño de la base de datos a través del modelado y la normalización de datos; la selección de tecnología adecuada, evaluando el Sistema de Gestión de Bases de Datos (SGBD) e integrando con sistemas existentes como ERP y CRM; la implementación que cubra la migración de datos y el desarrollo de aplicaciones intuitivas; la automatización de procesos con flujos de trabajo automatizados y configuración de alertas; la seguridad y cumplimiento mediante medidas robustas y políticas

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-0 - PBX: (608) 944 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

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

más ALTA
de tus límites
22-25



soporte técnico continuo; y la evaluación y mejora continua mediante el monitoreo, recopilación de feedback y actualización regular. Implementar estas iniciativas de manera efectiva asegurará que la empresa pueda manejar su información de manera más eficiente, optimizando el proceso de exportación y mejorando la productividad general.

8.3.4 Iniciativas propuestas para cumplir el objetivo específico 4:

Para establecer intermediarios claves como aduanas para el envío de despachos aéreos de la fruta al exterior, es esencial desarrollar una estrategia que permita identificar, seleccionar y gestionar intermediarios eficientes y confiables. En primer lugar, se deben definir los criterios de selección, asegurando la confiabilidad y profesionalismo del intermediario aduanal mediante la evaluación de su experiencia en el manejo de productos perecederos, revisión de referencias y reputación en el mercado. Es crucial verificar el conocimiento del intermediario sobre regulaciones aduanales específicas, su capacidad para gestionar documentación y procesos aduanales de manera eficiente, y confirmar el cumplimiento de normativas fitosanitarias y de seguridad alimentaria. También se debe garantizar la capacidad logística y operativa del intermediario, evaluando su infraestructura, disponibilidad de servicios complementarios como almacenamiento en frío, y eficiencia en el manejo de tiempos de despacho. Además, es necesario obtener servicios de calidad a precios competitivos, solicitando cotizaciones detalladas y revisando condiciones de pago y términos contractuales, así como evaluar la flexibilidad en la oferta de servicios. En la búsqueda y preselección de intermediarios, se debe realizar una investigación de mercado

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

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

más ALTA
de tus límites
22-25



obtener información preliminar de los intermediarios. Luego, se procede a la evaluación y selección mediante solicitudes de propuesta (RFP), comparando y evaluando las propuestas recibidas con una matriz de evaluación y realizando visitas in situ. Para asegurar la calidad y consistencia del servicio, se deben solicitar servicios piloto y ajustar la selección según los resultados obtenidos. Finalmente, en la negociación y formalización de contratos, se deben acordar términos y condiciones favorables, incluyendo cláusulas de penalización y garantías de calidad, y formalizar el contrato con asistencia legal, asegurando cláusulas claras sobre términos y condiciones. Implementando esta iniciativa estratégica, la empresa podrá establecer intermediarios aduanales claves que aseguren la eficiencia y puntualidad en el envío de despachos aéreos de fruta al exterior.

8.4 Metas del Plan de Mejora

- Caracterizar al menos al 80% de los clientes potenciales de la empresa Novacampo a nivel internacional
- Contar con una base de datos de proveedores permanentes en frutas saludables en un 80%
- Mejorar el proceso de certificaciones en un 100% con ayuda del programa de base de datos.
- Mantener precios competitivos en un 90% frente a los costos de producción.

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**
la uchuva para fidelizarlos.

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



- Incrementar las ventas anuales de uchuva en un 10% anual durante los primeros 5 años.

8.5 Indicadores

Una vez se implementa y se pone en marcha el plan de mejora es importante evaluar para conocer los resultados obtenidos y evidenciar si efectivamente se ha presentado mejoras en las acciones realizadas y orientarlas a estrategias de mayor efectividad.

8.5.1 Indicador de satisfacción del cliente: Se puede medir mediante encuestas de satisfacción o retroalimentación directa de los clientes en el país destino, para evaluar la calidad del producto, el servicio y la experiencia general.

8.5.2 Indicador de exportación: Crecimiento de las exportaciones quincenalmente. Rentabilidad de las exportaciones: Es crucial entender si las exportaciones están generando beneficios o no. Este indicador se puede medir mediante el margen de beneficio obtenido de las exportaciones.

8.5.3 Indicador de Clientes nuevos: Clientes nuevos: Seguir el número de nuevos clientes obtenidos a través de las exportaciones y la cantidad de clientes que repiten sus compras puede ayudar a evaluar la lealtad del cliente y el éxito en la adquisición de nuevos mercados en una base de datos.

8.5.4 Participación de mercado: Mide la cuota de mercado que la empresa tiene en el país destino en comparación con sus competidores. Este indicador es importante para evaluar la penetración en el mercado.

USTATUNJA.EDU.CO

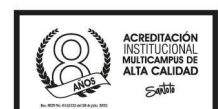
NIT: 860.012.357-6 - PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria
Edificio Fray Giordano Bruno O.P.: Av. Universitaria - Cll. 48 No. 1-235 este
Edificio Santo Domingo de Guzmán - Av. Universitaria No. 45 - 202

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



8.5.5 Cobertura de riesgos: Evaluar la eficacia de las estrategias para mitigar riesgos relacionados con la exportación, como fluctuaciones de tipo de cambio, incumplimientos de pago y cambios en regulaciones comerciales.

8.5.6 Cumplimiento de normativas y regulaciones: Evaluar el cumplimiento de normativas y regulaciones comerciales internacionales, así como estándares de calidad y seguridad del producto, puede ser un indicador importante de la reputación y credibilidad de la empresa en el mercado destino.

8.6 Estrategias para Implementar el plan de Mejora

Enfocarse en posicionarse como un proveedor líder de uchuva de alta calidad a nivel internacional implica implementar una estrategia integral que incluya la obtención de certificaciones y reconocimientos de calidad reconocidos globalmente, como GlobalGAP, USDA Organic y Fair Trade, para demostrar el compromiso con prácticas agrícolas sostenibles y productos superiores. Esta estrategia se complementa con el desarrollo de una marca sólida que resalte la excelencia y sostenibilidad de la uchuva, apoyada por campañas de marketing efectivas en medios digitales y tradicionales, así como la participación en ferias y eventos internacionales. Además, se establecerán alianzas estratégicas con distribuidores y minoristas de prestigio, y se desarrollará una red de distribución eficiente para asegurar la entrega oportuna y en óptimas condiciones del producto. La innovación en la presentación y empaque del producto, junto con prácticas agrícolas sostenibles y un estricto control de calidad, garantizarán que cada

uchuva cumpla con los estándares más altos, atrayendo así a una base de clientes más amplia y diversa en mercados internacionales.

8.6.1 Aprovechar la experiencia previa en la exportación para diversificar y expandir la presencia en nuevos mercados internacionales, implica utilizar el conocimiento adquirido sobre procesos logísticos, normativas internacionales y estrategias de marketing para adaptarse eficientemente a las demandas y regulaciones específicas del mercado. Esta expansión estratégica se basará en identificar oportunidades de mercado a través de un análisis exhaustivo de las necesidades y preferencias de los consumidores, ajustando los productos para satisfacer estos requisitos. La obtención de certificaciones de calidad y el cumplimiento con las normativas fitosanitarias locales serán fundamentales para garantizar la aceptación del producto. Además, se establecerán alianzas con distribuidores locales y se implementarán campañas de marketing dirigidas que destaquen la calidad y beneficios del producto, lo que permitirá no solo penetrar en el nuevo mercado, sino también consolidar una posición competitiva y aumentar la base de clientes internacionales.

8.6.2 Tener proveedores permanentes estratégicos y asociaciones productoras de uchuva.

8.6.3 Contar con intermediarios clave para los procesos aduaneros que permitan agilizar y contar con todos los tramites

8.6.4 Capitalizar el creciente interés global por frutas saludables y exóticas implica no solo expandir la oferta de productos, sino también penetrar en nuevos mercados estratégicos como México. Este enfoque estratégico se apoya en la creciente demanda de consumidores conscientes de la salud y en búsqueda de variedades exóticas, como la uchuva y otras frutas tropicales. La estrategia se centrará en adaptar la oferta de productos para satisfacer las preferencias locales en México, considerando aspectos como el sabor, la presentación y la disponibilidad durante todo el año. Además, se buscará obtener certificaciones de calidad reconocidas internacionalmente y cumplir con las normativas sanitarias y fitosanitarias locales para asegurar la aceptación y confianza del consumidor. La penetración en este nuevo mercado se apoyará en alianzas estratégicas con distribuidores y minoristas locales, así como en campañas de marketing focalizadas que destaquen los beneficios nutricionales y la frescura de los productos. Esto no solo permitirá aprovechar el creciente interés por las frutas saludables en México, sino también establecer una base sólida para el crecimiento continuo en otros mercados internacionales.

8.6.5 Para mejorar la capacidad de financiamiento mediante la entrada a nuevos mercados y la creación de alianzas estratégicas, se busca no solo aumentar la competitividad internacional de la empresa, sino también gestionar eficazmente los riesgos inherentes a fluctuaciones de precios y amenazas

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

fitosanitarias. Este enfoque integral implica identificar oportunidades en

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



mercados emergentes y consolidados, aprovechando la experiencia previa y el conocimiento del mercado para adaptar la oferta de productos y servicios según las demandas locales. Al establecer alianzas estratégicas con socios comerciales confiables y distribuidores locales, se fortalece la red de distribución y se optimiza la logística, asegurando una entrega eficiente y oportuna de los productos. Además, se implementan estrategias financieras que incluyen la diversificación de fuentes de financiamiento, como préstamos específicos para expansión internacional o la participación en programas de apoyo gubernamental. La gestión proactiva de riesgos, incluyendo la implementación de protocolos fitosanitarios rigurosos y la adopción de seguros comerciales adecuados, garantiza la protección contra posibles pérdidas económicas. Este enfoque integrado no solo fortalece la posición financiera de la empresa, sino que también sienta las bases para un crecimiento sostenible y rentable en mercados internacionales competitivos.

- 8.6.6 Para implementar una base de datos que conglomere toda la información de la empresa y agilice el proceso de exportación en todas sus fases, se pueden seguir las siguientes estrategias: establecer objetivos claros y definir el alcance del proyecto para especificar qué áreas y procesos serán cubiertos; realizar un análisis detallado de requerimientos para identificar todas las necesidades de información y desarrollar un diseño conceptual

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

que represente las entidades y relaciones necesarias; evaluar diferentes

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

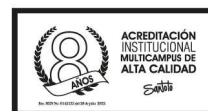
Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



sistemas de gestión de bases de datos (SGBD) como MySQL, PostgreSQL, SQL Server y Oracle para seleccionar el más adecuado y asegurar que la infraestructura tecnológica pueda soportarlo; realizar un inventario de datos y diseñar un plan de migración detallado; crear el esquema de la base de datos, implementar procedimientos almacenados y triggers para automatizar procesos y mantener la integridad de los datos; diseñar interfaces de usuario intuitivas y asegurar la integración con sistemas existentes mediante APIs; implementar flujos de trabajo automatizados para gestionar procesos de exportación y configurar alertas automáticas para eventos críticos; implementar medidas de seguridad robustas y asegurar el cumplimiento regulatorio; desarrollar un plan de capacitación para los empleados y proporcionar recursos de apoyo como manuales y un sistema de soporte técnico; realizar pruebas exhaustivas y monitorear el rendimiento de la base de datos; recopilar feedback de los usuarios y planificar actualizaciones regulares para mejoras continuas; y comunicar los cambios a todos los stakeholders y gestionar la resistencia al cambio para asegurar una transición suave.

8.7 Cronograma

A continuación, se detalla el cronograma del proceso para llevar a cabo el plan de mejora:

Tabla 4. Cronograma plan de Mejora

ACTIVIDADES	SEMANAS																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
Análisis de los procesos a mejorar por parte de la empresa	X	X	X	X																					
Reunión con Gerencia para aprobación e inicio del plan de mejora					X																				
Busqueda de clientes potenciales en ferias						X	X																		
Busqueda del proveedor del software a implementar en la empresa								X	X																
Ajuste del software a las necesidades de la empresa									X	X	X	X	X												
Pruebas del programa implementado												X	X	X											
Socialización con la parte administrativa de la empresa																X									
Capacitaciones para utilización del software																X	X								
Ingreso de todos los datos que requiere la empresa (proveedores, terceros, clientes, constancias, análisis de resultados obtenidos a partir de la implementación del software)																		X	X	X					
Ajustes específicos para el departamento de logística y comercio exterior																					X	X			
Inicio de negociación con cliente y terceros para la posible operación																						X	X		
Primera operación con el sistema implementado																									X

Nota: Tabla construida a partir de la información recolectada

9. Conclusiones

Al realizar la práctica en el departamento de logística y comercio exterior se puede conocer el proceso que se llevaba a cabo para una exportación e identificar las fases de este proceso que se pueden mejorar y así optimizar tiempos. Al implementar los enfoques estratégicos para identificar las características de nuevos clientes potenciales, la empresa ha logrado varios resultados significativos: el análisis de clientes actuales y la segmentación han

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.337-6 - PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

Campus Centro Histórico - Cll. 19 No 11 - 64

Campus Avenida Universitaria
Edificio Fray Giordano Bruno O.P.: Av. Universitaria - Cll. 48 No. 1-235 este
Edificio Santo Domingo de Guzmán - Av. Universitaria No. 45 - 202

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más **ALTA**
de tus límites
22-25



de compra, mientras que las encuestas y entrevistas han proporcionado información cualitativa valiosa sobre sus percepciones y necesidades; la investigación de mercado y el análisis de la competencia han revelado cómo otras empresas atraen y retienen a sus clientes, y el estudio de tendencias del mercado ha identificado factores emergentes que influyen en los clientes potenciales; definir el perfil del cliente ideal (ICP) y desarrollar buyer personas basadas en datos concretos, así como mapear el customer journey, ha proporcionado una visión clara de las etapas del proceso de compra; las campañas piloto han validado las características de los clientes potenciales en el mercado real, y los ajustes y optimizaciones realizados a partir de estos resultados han mejorado las estrategias de marketing y ventas; el establecimiento de un proceso de monitorización y actualización continua mediante métricas y KPIs ha permitido medir el éxito de las estrategias y recoger feedback regularmente de los nuevos clientes, facilitando la adaptación a los cambios en el mercado y en las necesidades de los clientes, resultando en una mejor captación y retención de clientes potenciales. La empresa ha podido ajustar eficazmente sus estrategias de marketing y ventas, optimizar recursos y maximizar su crecimiento en el mercado, fortaleciendo su capacidad para atraer y retener a nuevos clientes de manera efectiva.

La empresa ha logrado resultados significativos al seleccionar proveedores permanentes para el suministro de fruta mediante un enfoque estratégico. Definir criterios de selección ha asegurado el cumplimiento de estándares de calidad, capacidad de producción y almacenamiento, y un equilibrio entre calidad y costo. Verificar prácticas agrícolas sostenibles y responsabilidad social ha sido fundamental. La búsqueda y preselección de

USTATUNIA.EDU.CO

proveedores mediante investigación de mercado y solicitudes de información preliminar
NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

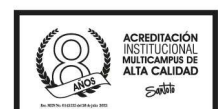
Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



(RFI) han permitido evaluar su capacidad. La evaluación y selección de proveedores mediante solicitudes de propuesta (RFP), visitas in situ y pruebas de calidad han sido efectivas. La negociación y formalización de contratos con términos favorables y garantías de calidad han establecido relaciones sólidas. Finalmente, la implementación de un proceso de monitorización y gestión de proveedores con evaluaciones continuas y auditorías periódicas ha garantizado la estabilidad del suministro.

Al implementar una base de datos centralizada, la empresa ha logrado beneficios clave: el análisis de requerimientos facilitó la creación de una base de datos estructurada; el diseño mediante modelado y normalización mejoró la integridad y eficiencia de la información; la selección de tecnología y la integración con ERP y CRM optimizaron los flujos de trabajo; la implementación garantizó una migración de datos efectiva y aplicaciones intuitivas; la automatización de procesos aumentó la eficiencia operativa; las medidas de seguridad robustas aseguraron la protección de datos y cumplimiento de regulaciones; la capacitación y soporte continuo garantizaron el uso efectivo del sistema; y la evaluación continua permitió ajustes y optimizaciones constantes.

Establecer intermediarios claves como aduanas para el envío de despachos aéreos de fruta al exterior, la empresa ha logrado varios beneficios importantes. Definir criterios de selección ha asegurado la confiabilidad del intermediario aduanal y su profesionalismo, evaluando su experiencia en productos perecederos y su reputación. Verificar su conocimiento de regulaciones y capacidad para gestionar documentación ha garantizado una gestión eficiente y segura. Evaluar la capacidad logística y servicios complementarios ha

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.337-0 P.BX: (608) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

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

más ALTA
de tus límites
22-25



evaluar la flexibilidad en la oferta ha asegurado costos eficientes. La investigación de mercado, participación en ferias y solicitudes de información han facilitado la preselección de intermediarios. La evaluación y selección mediante solicitudes de propuesta, visitas in situ y servicios piloto han garantizado la calidad del servicio. La negociación y formalización de contratos con términos favorables han establecido una base sólida para las relaciones comerciales.

Novacampo siempre está en la búsqueda de mejorar el proceso de exportación para estar a la altura de sus competidores implementando métodos y sistemas que agilicen los trámites y garanticen siempre la calidad de sus productos, generando nuevos socios estratégicos y alianzas estratégicas que impulsen la innovación y la competitividad para fortalecer la exportación.

10. Referencias

- EXPANSION. (2019). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/canada> Floréz,
- PROCOLOMBIA (2021). Uchuva: una de las frutas exóticas con grandes propiedades nutricionales. Recuperado de: <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/uchuva-una-de-las-frutas-exoticas-con-grandes-propiedades-nutricionales>

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - PBX: (66 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25



- MINCIT. (2023). La uchuva colombiana llega por primera vez a México.
Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/uchuva-colombiana-llega-por-primera-vez-a-mexico>
- LAS DOS ORILLAS. (2023). Agricultores boyacenses lograron poner a los mexicanos a comer uchuva. Recuperado de: <https://www.las2orillas.co/agricultores-boyacenses-lograron-poner-a-los-mexicanos-a-comer-uchuva/>
- Fischer, & Sora. (2000). Produccion, Poscosecha y Exportacion de la uchuva. Bogota: Universidad Nacional de Colombia, UNIBIBLOS - Sección Imprenta.
- Florez, Fischer, & Sora. (2000). Produccion, Poscosecha y Exportacion de la Uchuva. Bogota: Universidad Nacional de Colombia, UNIBIBLOS - Sección Imprenta.
- Fruticula, P. (2016). UCHUVA o AGUAYMANTO. Garcia. (2018). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE UCHUVA A LA CIUDAD DE MEXICO, MEXICO. Bogota: FUNDACION UNIVERSIDAD DE AMÉRICA.
- Gobierno de España . Ministerio de Industria, C. y. (2020). POLÍTICA COMERCIAL MULTILATERAL.
- Interlligo. (enero de 2020). repos.explora-intelligo.info/. Obtenido de <http://repos.exploraintelligo.info/>: <http://repos.explora-intelligo.info/>
- Kloter. (25 de enero de 2016). Slideshare. Obtenido de Slideshare: <https://www.slideshare.net/mariablanco0407/consumidor-cliente-comprador-y-usuariomapa-mixto>

- Lemos, & Laverde. (2018). Co-construction IAP of the Uchuva Production Chain in the Municipality of La Calera-cundinamarca, Based on International Commercial and Environmental Standards. Guadalajara: University of Guadalajara.
- Lopez. (2017). LA UCHUVA EN EL CONTEXTO DE LA PRODUCCION AGRICOLA COLOMBIANA Y LOS TLC'S . MANIZALES.
- Analdex. (2018). Comportamiento de la uchuva – Producción y comercio. Bogota: Dirección de Asuntos Económicos.
- Balaguera, Martinez, & Herrera. (2016). Effect of the maturity stage on the postharvest behavior of cape gooseberry (*Physalis peruviana* L.) fruits stored at room temperature. Bogota: University, Department of Sciences.
- Berrio, Gutierrez , & Montoya. (2016). EXPORTACIÓN DE UCHUVA FRESCA COLOMBIANA HACIA LAS CADENAS MINORISTAS EN CANADÁ. Bogota: UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA.
- Bolaños, Hernandez, & Portilla. (2017). ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS A BASE DE UCHUVA. Santiago de Cali: FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM.
- Calderón. (2018). CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO EXTERIOR DE LAS FRUTAS EXOTICAS FEIJOA (ACCA SELLOWIANA) Y UCHUVA (PHYSALIS PERUVIANA) Y PROSPECCIÓN DE MERCADO FRENTE A LOS

ACUERDOS COMERCIALES EJECUTADOS EN EL PAIS. BOGOTA:

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA.

- Cardona et al. (2017). Influence of extraction process on antioxidant activity and rutin content in *Physalis peruviana* calyces extract. Bogota: Universidad Nacional de Colombia.
- Colchado, & Izquierdo. (2018). DIAGNÓSTICO DEL CASERÍO “EL SIFÓN” DEL DISTRITO DE TÚCUME, PROVINCIA DE LAMBAYEQUE, DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE.

USTATUNJA.EDU.CO

NIT: 860.012.357-6 - **PBX: (60 8) 744 0404 - Tunja, Boyacá - Colombia**

Campus Centro Histórico - Cll. 19 N° 11 - 64

Campus Avenida Universitaria

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

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

Santoto Store - Centro Comercial Unicentro Tunja, Local 1-106

más ALTA
de tus límites
22-25

