

Informe final de opción de Grado Práctica empresarial

Laura Nayelly Torres Ortiz

Director

Henry Giovanni Moran Cuan

Magíster en la Administración de las Organizaciones

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Negocios Internacionales

2025

Contenido

Introducción.....	8
1. Contexto de la práctica empresarial	9
1.1 Justificación.....	10
1.2 Objetivos	11
1.2.1 Objetivo general	11
1.2.2 Objetivos específicos.....	11
2. Perfil de la empresa	12
2.1 Razón social de la empresa	12
2.2 Objeto social de la empresa.....	12
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa	13
2.4 Estructura organizacional.....	13
2.4.1 Misión de la empresa.....	13
2.4.2 Visión de la empresa	13
2.4.3 Organigrama de la empresa	14
2.5 Aspectos económicos.....	14
2.5.1 Entorno macroeconómico	15
2.5.2 Entorno microeconómico.....	17
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa	18
2.6.1 Descripción del código(s) CIU de la empresa	19
2.6.2 Portafolio de la empresa	19
2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa	22
3. Cargo y funciones desempeñadas	25

3.1 Cargo desempeñado	25
3.2 Funciones asignadas	25
3.2.1 Evidencia grafica de las funciones asignadas y desarrolladas en el espacio de practicas	26
3.3 Procesos, procedimientos y herramientas	33
4. Marco conceptual y normativo	35
4.1 Marco conceptual.....	35
4.2 Marco normativo	36
5. Aportes	37
5.1 Propuesta de valor agregado	37
5.1.1 Identificación de la situación problemática	37
5.1.2 Contribución de conocimientos a la empresa	38
5.1.3 Impacto desde los resultados/logros.....	39
5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo	40
5.3 Plan de mejora	41
5.3.1 Resumen ejecutivo	41
5.3.2 Contextualización del plan de mejora	42
5.3.3 Objetivos del plan de mejora	43
5.3.4 Aspectos para mejorar	44
5.3.5 Metas del plan de mejora	44
5.3.6 Matriz de acciones del plan de mejora	45
6. Conclusiones y recomendaciones	48
Referencias	55

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Matriz de análisis del cliente objetivo y participación del mercado.....</i>	22
Tabla 2. <i>Listado de funciones y horas asignadas</i>	25
Tabla 3. <i>De funciones, procesos, procedimientos y herramientas utilizadas.....</i>	33
Tabla 4. <i>Tabla explicativa del marco normativo.</i>	36
Tabla 5. <i>Tabla de parámetros de cumplimiento de la fase diseño de fortalecimiento y asesoría especializada.....</i>	45
Tabla 6. <i>Tabla de parámetros de cumplimiento de la fase sistematización del conocimiento operativo para uso pedagógico.</i>	46
Tabla 7. <i>Tabla de parámetros de cumplimiento de socialización del portafolio de servicios.</i>	47
Tabla 8. <i>Matriz de Temario Fortalecimiento Académico en logística y Comercio Exterior (Orientado a estudiantes).</i>	48
Tabla 9. <i>Matriz de Temario Fortalecimiento Académico en logística y Comercio Exterior (Orientado a profesionales).....</i>	49
Tabla 10. <i>Matriz de temario Modulo de Gestión Documental.</i>	50
Tabla 11. <i>Matriz de temario Modulo de Trazabilidad y Gestión.</i>	51
Tabla 12. <i>Matriz de temario Modulo de Análisis normativo y Gestión de Riesgos.....</i>	51

Lista de figuras

Figura 1. <i>Organigrama de la empresa.</i>	14
Figura 2. <i>Análisis PESTEL de la empresa TranscoInter.</i>	15
Figura 3. <i>Esquema de las 5 fuerzas de Porter.</i>	18
Figura 4. <i>Asistencia a eventos corporativos.</i>	26
Figura 5. <i>Asistencia a eventos corporativos.</i>	26
Figura 6. <i>Archivos.</i>	27
Figura 7. <i>Archivos.</i>	27
Figura 8. <i>Archivos One Drive.</i>	28
Figura 9. <i>Archivos One Drive</i>	28
Figura 10. <i>Página cámara de comercio.</i>	29
Figura 11. <i>Chat corporativo.</i>	29
Figura 12. <i>Chat corporativo.</i>	30
Figura 13. <i>Eventos empresariales.</i>	30
Figura 14. <i>Página de zona franca Bogotá.</i>	31
Figura 15. <i>Diplomado Dian.</i>	31
Figura 16. <i>Archivos Google drive.</i>	32
Figura 17. <i>Archivos Google drive.</i>	32
Figura 18. <i>Cronograma del plan de acciones.</i>	52

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo definir un plan de mejora para la empresa TranscoInter SAS, la cual está dedicada a la prestación de servicios como operador logístico. Este plan se enfoca en desarrollar y fortalecer un factor diferenciador para la organización mediante la incorporación de valor agregado en el mercado como lo es la diversificación de sus servicios lo cual le permita centralizar los procesos logísticos en el sector en el que hace presencia, con el propósito de impulsar su posicionamiento y reconocimiento. La propuesta se fundamenta en la experiencia que la organización ha consolidado a lo largo del tiempo, así como las relaciones comerciales sostenidas con sus clientes. El propósito de este proyecto es fortalecer la eficiencia operativa y la experiencia del cliente, y, a su vez, generar un impacto positivo en el crecimiento de la empresa dentro de un mercado dinámico y exigente. La propuesta se fundamenta en el marco de la práctica empresarial, permitiendo aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el plan de estudios en un contexto laboral real. El presente proyecto se estructuro con el objetivo de desarrollarse progresivamente durante cuatro meses.

Palabras clave: Trazabilidad, Optimización, Logística, Posicionamiento

Abstract

The objective of this project is to define an improvement plan for the company TranscoInter SAS, which is dedicated to the provision of services as a logistics operator. This plan focuses on developing and strengthening a differentiating factor for the organization through the incorporation of added value in the market, such as the diversification of its services, which would allow it to centralize the logistics processes in the sector in which it operates, in order to boost its positioning and recognition. The proposal is based on the experience that the organization has consolidated over time, as well as the commercial relationships with its clients. The purpose of this project is to strengthen operational efficiency and customer experience, and, in turn, generate a positive impact on the company's growth within a dynamic and demanding market. The proposal is based on the business practice framework, allowing the theoretical knowledge acquired in the curriculum to be applied in a real work context. This project was structured with the objective of developing progressively for four months.

Keywords: Traceability, Optimization, Logistics, Positioning

Introducción

Durante el desarrollo de la práctica empresarial, se identifican problemáticas clave que limitan el crecimiento y la eficiencia operativa de la organización. Entre ellas, se destaca el no diversificar los servicios que ofrecen en el mercado, también se denota que los competidores directos cuentan con una mayor versatilidad y un respaldo legal para operar múltiples actividades bajo su objeto social, lo que les confiere una ventaja competitiva significativa.

Identificada la problemática, se propone un plan de mejora enfocado en fortalecer la capacidad operativa de la empresa, a través del desarrollo de un plan que ayude a la empresa a estructurar módulos pedagógicos orientados a estudiantes de pregrado y profesionales que buscan permanecer en constante actualización una herramienta que busca ampliar su alcance en el mercado sin afectar su objeto social y poder optimizar su propuesta de valor frente al cliente

La estructura del documento para este primer avance se organiza de forma metódica: en primer lugar, se presentan los objetivos del proyecto así como la contextualización de la empresa y su posicionamiento actual, posteriormente el análisis del entorno mediante herramientas de análisis como matrices PESTEL y DOFA, así como el detalle de las actividades realizadas en el proceso de la práctica que son la base de la identificación de la problemática y posteriormente la estructura del plan de mejora que se propone para la empresa.

1. Contexto de la práctica empresarial

El desarrollo de la práctica se realiza en la empresa TranscoInter SAS, empresa del sector logístico. Durante el periodo de práctica, se desarrollaron actividades en las áreas operativa, comercial y administrativa de la empresa, lo que permitió una visión integral del funcionamiento interno de la organización y un acercamiento al sector real.

El cargo asignado como practicante fue el de analista de relaciones corporativas, una posición orientada a fortalecer los vínculos de la empresa con un público clave, tanto internos como externos, incluyendo clientes, instituciones y aliados comerciales estratégicos. Entre los objetivos principales propuestos para el cargo están apoyar el posicionamiento de la marca, fomentar alianzas estratégicas y promover la responsabilidad social de la empresa. Para ello, se utilizaron herramientas como canales de comunicación institucional, correo corporativo, bases de datos con contactos relevantes y la participación en eventos corporativos como ferias, ruedas de negociación y encuentros institucionales. Cabe destacar que la experiencia de practica se ha caracterizado por un enfoque interdisciplinario, ya que se colaboró activamente con distintas áreas de la empresa. Esto ha permitido adherirse a las necesidades y labores de cada área y así adquirir un conocimiento multifacético sobre los procesos y generar aportes más efectivos al plan de mejora que se quiere proponer.

1.1 Justificación

El desarrollo de la vinculación con la empresa TranscoInter se desarrolló por una necesidad específica de la empresa por fortalecer su presencia en el sector logístico mediante la creación de valor agregado en cada uno de los servicios que ofrece a sus clientes. A lo largo de su trayectoria, la empresa ha identificado oportunidades de mejora. En este contexto, se hizo necesaria la incorporación de un practicante universitario con las competencias para diseñar un plan de mejora enfocado en la diversificación y la prestación de un servicio más integral, que permita abordar de forma articulada cada eslabón de la cadena logística, diferenciando la propuesta de valor de la empresa y fortaleciendo su posicionamiento estratégico.

La elección de la práctica empresarial como opción de grado está relacionada con el propósito de tener contacto directo con el sector real y el entorno empresarial, conectando los conocimientos adquiridos en el plan de estudios y adquirir experiencia profesional vinculada con la carrera. Esta decisión se basó en el ideal de experimentar una experiencia formativa que vaya más allá de lo teórico, lo cual se ha venido cumpliendo satisfactoriamente, logrando adquirir conocimientos basados en la experiencia de una empresa que ha permanecido presente en el mercado y que ha creado vínculos de perdurabilidad con sus clientes. La vinculación con la empresa también responde a la afinidad directa con el enfoque académico que se ha desarrollado con la profundización en logística, aplicando conocimientos específicos como los estudios de mercado que están enfocados en el crecimiento exponencial de las empresas, la cadena de suministro y la distribución física internacional, gestión comercial y análisis de los entornos económicos.

Con la culminación de la práctica se espera estructurar un plan de mejora que pueda posicionar la empresa dentro de un entorno competitivo y que le aporte herramientas estratégicas

que impulsen el objetivo de la gestión integral, fortalezca las relaciones a largo plazo con sus clientes potenciales, y que promueva la creación de alianzas comerciales con empresas del sector.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Proponer un plan de mejora que aproveche las capacidades logísticas, operativas y técnicas de TranscoInter S.A.S. para diversificar su oferta de servicios a través de una línea de fortalecimiento académico, con el fin de posicionarse como actor formador en el sector de comercio exterior y logística, generando valor agregado, diferenciación y sostenibilidad en un entorno competitivo.

1.2.2 Objetivos específicos

Identificar los recursos técnicos, humanos y operativos que posee la empresa y que pueden ser transformados en contenidos formativos aplicables a estudiantes y profesionales del sector.

Analizar las demandas actuales del mercado en materia de formación técnica y asesoría especializada en comercio exterior y logística, como respuesta a los cambios normativos y tecnológicos del entorno.

Diseñar una propuesta académica estructurada, que incluya programas, módulos, metodologías y resultados esperados, que le permita a TranscoInter S.A.S. consolidar una nueva línea de negocio basada en su experiencia acumulada y su conocimiento del sector logístico.

2. Perfil de la empresa

A continuación, se desglosa el perfil de la empresa, como su razón social, objeto social, datos generales, entre otros.

2.1 Razón social de la empresa

TranscoInter SAS

2.2 Objeto social de la empresa

Según el certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2025), la empresa Transcointer SAS tiene como objeto social: Prestar asesoría y tomar representaciones en comercio exterior y aduana, intermediaciones logísticas, manejo de exportaciones e importaciones de mercancías en general, manejo logístico de cargas de exportación e importación, transporte de mercancías, reempaque, consolidar carga de exportación, emitir o recibir del exterior los documentos de transporte propios a su actividad. realizar actividades de agente de carga y toda actividad lícita relacionada con el comercio exterior. Actuar como comercializador y productor de productos y servicios de diversa índole tanto para el mercado nacional como del exterior, pudiendo importar o exportar bienes y servicios. Asimismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el exterior, la sociedad podrá llevar a cabo, en general todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren relacionadas con el objeto social mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio y la actividad propia de la sociedad.

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

- Dirección: CL 201 A 25 05 MZ C CA 12 URB BAVIERA
- Teléfono: 3182824399
- Correo electrónico: gerencia@transcointer.com
- Jefe inmediato: Nayda Slaindy Mantilla Morales

2.4 Estructura organizacional

A continuación, se detallan la estructura de la empresa, tal como: misión, visión y organigrama.

2.4.1 Misión de la empresa

Según el contenido grafico expuesto por la empresa, la misión se basa en:

Brindamos soluciones logísticas en materia de comercio exterior. Nos encargamos de apoyar y asesorar al empresario en su proceso de internacionalización, garantizando el éxito de cada operación con transparencia y eficacia. Estamos comprometidos en asegurar los intereses de nuestros clientes, simplificando los procesos operativos y brindando las mejores alternativas del mercado que faciliten el desarrollo y crecimiento de sus organizaciones (TranscoInter SAS, 2025).

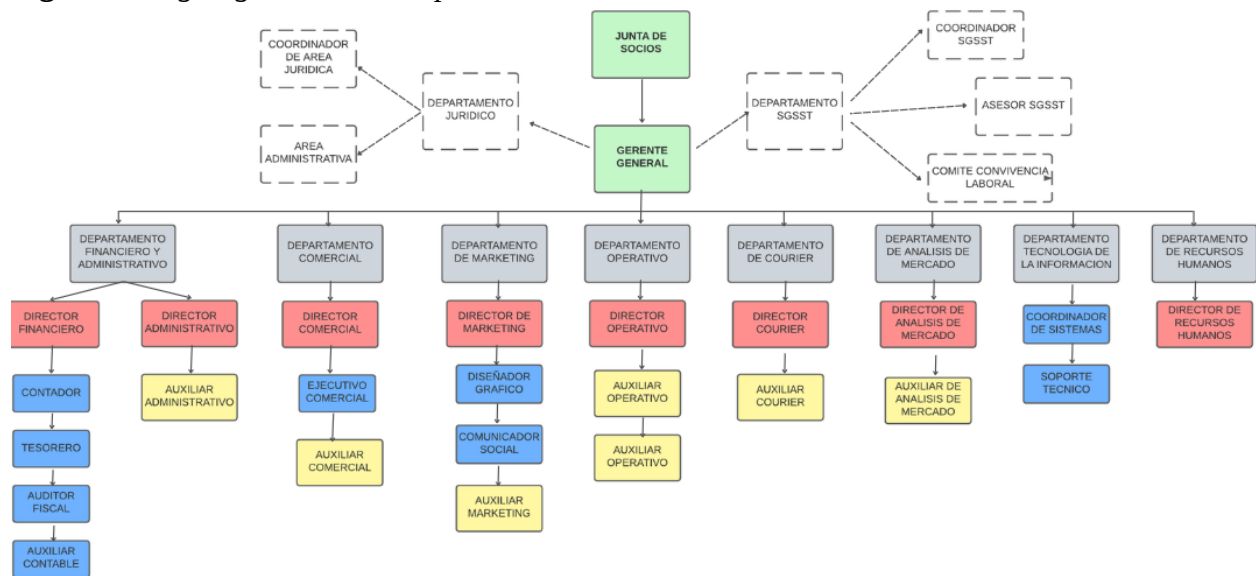
2.4.2 Visión de la empresa

Según el contenido grafico expuesto por la empresa, la visión se estructuro como:

“En el 2025 Transcointer S.A.S será la empresa líder de logística internacional del departamento de Santander, siendo reconocida por su labor integral, honorable y eficaz por los grandes gremios de metalmecánica, agricultura y manufactura” (TranscoInter SAS, 2025)

2.4.3 Organigrama de la empresa

Figura 1. Organigrama de la empresa.



Tomado de presentación audiovisual elaborada por Transcointer S.A.S (2025).

2.5 Aspectos económicos

En los dos siguientes apartados se pretende analizar a detalle el entorno en el que opera Transcointer SAS, abordando tanto los factores macroeconómicos como los microeconómicamente. Para el análisis de entorno macroeconómico de utilizará la herramienta PESTEL, la cual permite analizar diversos factores externos de la empresa. En cuanto el entorno microeconómico, se aplicará el modelo de las cinco fuerzas de Porter. Complementando con el

análisis de la cadena de valor propuesta por el mismo autor, con el fin de identificar los elementos clave que afectan la competitividad de la empresa en el mercado. en la parte macroeconómica y en la parte microeconómica un análisis con las 5 fuerzas de Porter y la cadena de valor propuesta por el mismo autor.

2.5.1 Entorno macroeconómico

Figura 2. Análisis PESTEL de la empresa TranscoInter.



Según la página de la UNIR (2023):

El análisis PESTEL es una herramienta que se utiliza para conocer el contexto externo de una empresa, esto es de gran importancia para las organizaciones, pues la información que se obtiene ya sea en relación con impactos positivos o negativos tiene influencia en sus decisiones estratégicas.

Para Transcointer SAS esta es una herramienta fundamental para entender las dinámicas del mercado. Se puede analizar para cada factor del análisis pestel, en orden de cada letra, iniciando por el factor político, el clima político nacional en Colombia puede generar incertidumbre de las decisiones gubernamentales drásticas que se han implementado en este gabinete político puede generar un impacto en las decisiones de transcointer. Una problemática actual de gran alcance es la tensión comercial que se ha venido presentando entre Colombia y Estados Unidos en el tema arancelario, tal que:

Estados Unidos es el principal socio comercial de Colombia, en los últimos tres años casi la tercera parte de las importaciones y exportaciones fueron con Estados Unidos, por delante de potencias como China y de socios tradicionales como México, Brasil y Ecuador (Fenalco, s.f.).

Esta situación representa un reto significativo para la organización, que orientan su objeto social a la participación en el comercio exterior y dependen de condiciones estables para realizar operaciones de importación y exportación

Siguiendo el orden, en el factor Económico, la empresa se ve afectada por los crecientes costos operativos de la actividad, la variante tasa de cambio por el ambiente político y diplomático en el que se ven envueltas las grandes potencias, mientras que la inversión en infraestructura por parte del Estado es clave para la conectividad y eficiencia en los tiempos de servicio logístico en el área nacional, por último el posible alza en los impuestos a recursos claves como la gasolina y el ACPM puede llegar a representar una amenaza para la rentabilidad de la empresa.

Los factores sociales inciden en la creciente expectativa por parte de los clientes, TranscoInter tiene una ventaja competitiva en este aspecto, gracias a la cultura empresarial cercana enfocada en relaciones comerciales fuertes y duraderas con sus clientes, crea un valor diferencial

en el mercado y un ambiente de seguridad para la adhesión de clientes potenciales, por otra parte las tendencias de consumo como el comercio electrónico proponen un nuevo reto para la empresa para orientar sus estrategias de mercadeo como lo venían manejando.

Los factores tecnológicos se ven representados por la digitalización de las operaciones para optimizar procesos, en el ejercicio de practica se denota una creciente demanda de los clientes a la trazabilidad en tiempo real de sus operaciones, Adicional, la ciberseguridad es clave para transcointer debido a que la empresa maneja datos sensibles de sus clientes, de la carga y de la operación, los cuales deben ser tratados con especial cuidado.

Los factores ecológicos inciden principalmente en la responsabilidad social que es altamente valorado en la actualidad, donde se busca minimizar el impacto ambiental, estas pueden significar una restricción en la operación logística debido al uso de combustible o sistemas especiales de refrigeración para la carga que pueden generar desechos dañinos para el medio ambiente, en este aspecto es vital que TranscoInter pueda diversificar sus servicios a un enfoque más ambiental, como la logística verde.

Para finalizar, los factores legales inciden para la empresa en el régimen cambiario que se ve actualizado con regularidad o derogado en algunas de sus partes, lo que requiere una capacitación constante en materia de procesos legales que debe cumplir la empresa para operar de manera formal y que no se generen multas o sanciones por el desconocimiento de los procesos.

2.5.2 Entorno microeconómico

Para el entorno microeconómico se propone la elaboración de un esquema de las 5 fuerzas de Porter el cual, este modelo se basa en,

El modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter propone un foco en el análisis de variables como los clientes, proveedores, productos sustitutos, nuevos competidores potenciales y la competencia, gracias a este análisis de las amenazas de estas fuerzas competitivas, podemos determinar la posición de la empresa en el mercado y entender la cuota de mercado que se posee (Alonso, 2024).

Figura 3. Esquema de las 5 fuerzas de Porter.



2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

A continuación, se detallan el portafolio de TranscoInter, así como la descripción de su código CIU.

2.6.1 Descripción del código(s) CIIU de la empresa

Actualmente la empresa cuenta con dos códigos CIIU, se detalla cada uno en el siguiente apartado

Código CIIU 7020, según el boletín sobre los cambios de la clasificación de actividades del CIIU, esta actividad se describe como:

Actividades de consultoría de gestión, la cual incluye asesoría, orientación y asistencia operacional a empresas y otras organizaciones sobre cuestiones de gestión, como la planificación estratégica y organizacional; temas de decisión de carácter financiero; objetivos y políticas de comercialización; planificación de la producción; políticas, prácticas y planificación de derechos humanos (DIAN, 2021).

Para el código CIIU 4690, esta actividad se describe como, “Comercio al por mayor no especializado, el cual incluye el comercio al por mayor de una variedad de productos sin ninguna especialización en particular.” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2024).

2.6.2 Portafolio de la empresa

La empresa cuenta con un portafolio de servicios diversificado, a continuación, se detalla cada uno de ellos

- Transporte nacional e internacional, la empresa ofrece desde hace más de 30 años soluciones logísticas al transporte de carga nacional e internacional, manejan experiencia en manejos de carga del sector, metalmecánico, industrial, cosmético, manufacturero, agrícola específicamente para el café, cacao y tabaco.

- Transporte terrestre, la empresa tiene alianzas estratégicas con empresas transportadoras que manejan diversos tipos de mercancías como contenedores, carga suelta, carga consolidada y carga sobredimensionada, adicional a esto cuenta con una red aliados para prestar el servicio de transporte local en el país que sea requerido.
- Transporte marítimo, la empresa cuenta con soluciones logísticas gracias a aliados en cada uno de los principales puertos de Colombia, ofreciendo un acompañamiento y soporte personalizado a cada una de las operaciones.
- Transporte aéreo, mediante los agentes de carga la empresa ofrece una rápida gestión gracias a las alianzas establecidas con las aerolíneas, ofrecen acompañamiento en el transporte de carga e inspección de la mercancía desde el punto de salida hasta el aeropuerto, adicional realizan manejo de cargas a través de servicios de consolidación, estándar y expreso.
- Courier Internacional, la empresa ofrece envíos de paquetería por envío postal, siguiendo las normativas que rigen esta modalidad.
- Intermediación aduanera, la organización cuenta con agencias de aduana asociadas que se localizan en las principales ciudades, puertos y fronteras, brindando apoyo y soporte en el cumplimiento de la reglamentación, así como los trámites ante las instituciones pertinentes, la generación de declaraciones juramentadas, documentos ante policía antinarcóticos, gestión de la documentación portuaria y aduanera, adicionalmente las importaciones bajo regímenes especiales o temporales.
- Asesoría integral en comercio exterior, la empresa brinda espacios de asesoramiento basados en su vasta experiencia en el sector, ofreciendo el

acompañamiento necesario que les permita a sus clientes identificar, analizar y gestionar de la mejor manera el desarrollo de sus operaciones.

- Compradores Internacionales, la empresa ofrece la estructuración de estudios de mercado ideal y detallados para cada producto y vendedor contacto directo con los compradores, trazabilidad y apoyo hasta lograr concretar la venta y proceso logístico completo.
- Servicio de carga especial, Transcointer ofrece contenedores que son exclusivos para cargas que exceden el peso y/o dimensiones habituales, tales como open top, flat rack y break bulk
- Financiación para importaciones, la empresa cuenta con una alianza para financiación con finkargo, la cual ofrece financiación para llevar a cabo procesos de importación sin contar con el capital inmediato
- Almacenamiento, la empresa cuenta con un espacio de almacenamiento optimizado por medio de un tercero que garantiza infraestructura avanzada y tecnología de gestión de inventarios.
- Acompañamiento a ferias internacionales, Transcointer ofrece acompañamiento a sus clientes en ferias nacionales e internacional con el fin de realizar verificación de productos de interés y con alto nivel exportador, además de asesorar y establecer nuevos vínculos comerciales que permitan ofrecer soluciones a empresarios y emprendedores en su apertura al comercio exterior.

2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa

A continuación, se presenta una matriz de análisis de TranscoInter SAS, la cual se estructuró con base en el análisis visual recogido durante la práctica empresarial, esta permite entender como esta segmentado el mercado que atiende la empresa, cuáles son sus servicios más fuertes y cuales tienen potencial de crecimiento, cada bloque principal de la tabla se detalla a continuación, el segmento de servicio hace referencia a cada uno de los servicios que se especificó en el numeral 2.6.2, el tipo de cliente objetivo se refiere a los perfiles de clientes que usualmente hacen uso de los servicios de la empresa, necesidades que satisface hace referencia a que tipo de problemáticas o necesidades específicas del cliente da solución el servicio, el nivel de participación del mercado se basa en la observación de las actividades realizadas durante la practica la cual permite identificar si el servicio es ampliamente solicitado o si es limitado, por último el potencial de crecimiento revisa la posibilidad que tiene cada uno de los servicios de fortalecer la empresa, teniendo en cuenta las tendencias de consumo y las capacidades que tiene la misma.

Tabla 1. *Matriz de análisis del cliente objetivo y participación del mercado*

Segmento de Servicio	Tipo de Cliente Objetivo	Necesidades que Satisface	Nivel de Participación del Mercado	Potencial de Crecimiento
Transporte nacional e internacional	Empresas del sector agrícola, manufacturero e industrial	Logística segura y eficaz para transporte de mercancías	Alta	Alta

Segmento de Servicio	Tipo de Cliente Objetivo	Necesidades que Satisface	Nivel de Participación del Mercado	Potencial de Crecimiento
Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Importadores, exportadores, distribuidores de mercancía en general	Diversificación modal, cumplimiento en tiempos, manejo de diferentes tipos de carga	Alta	Alta
Courier internacional	Pymes, emprendedores y comercio electrónico	Envíos postales normados, seguimiento y entrega internacional de paquetería	Media	Media
Intermediación aduanera	Empresas que importan/exportan regularmente	Trámites aduaneros, generación de documentos legales, cumplimiento normativo	Media	Media-Alta
Asesoría en comercio exterior	Nuevos exportadores, empresas interesadas en expansión internacional	Orientación legal, logística y estratégica para operaciones internacionales	Media	Alta
Compradores internacionales	Productores, comercializadores, gremios exportadores	Conexión con compradores extranjeros, estudios de mercado y acompañamiento hasta cierre logístico	Media-Alta	Alta
Servicio de carga especial	Empresas del sector maquinaria pesada, construcción, minería	Soluciones para cargas sobredimensionadas, contenedores especiales, coordinación logística compleja	Media	Alta
Financiación para importaciones	Pymes, emprendedores que desean importar productos, pero carecen de capital	Alternativas financieras para cubrir operaciones sin liquidez inmediata	Baja	Alta

Segmento de Servicio	Tipo de Cliente Objetivo	Necesidades que Satisface	Nivel de Participación del Mercado	Potencial de Crecimiento
Almacenamiento	Empresas con altos volúmenes de inventario, operadores logísticos	Gestión de inventarios, bodegaje temporal o permanente, tecnología de seguimiento	Media	Media-Alta
Acompañamiento a ferias internacionales	Exportadores potenciales, asociaciones de empresarios	Asesoría en identificación de mercados y oportunidades, verificación in situ y gestión de contactos comerciales	Baja	Alta

3. Cargo y funciones desempeñadas

A continuación, se detalla el cargo, actividades, funciones y contribuciones realizadas para Transcointer.

3.1 Cargo desempeñado

Analista de Relaciones Corporativas

3.2 Funciones asignadas

A continuación, se detallan las responsabilidades asumidas dentro de la empresa, las cuales permiten evidenciar el cumplimiento del objetivo de la práctica empresarial, haciendo uso de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera en un entorno empresarial.

Tabla 2. *Listado de funciones y horas asignadas*

Nombre de la Función	Horas por semana
Asistencia a eventos corporativos	6
Búsqueda de clientes potenciales por sector	3
Estudios de mercado para nutrir la base de datos de clientes de carácter internacional	2
Búsqueda de eventos corporativos en páginas institucionales	4
Cotización de espacios coworking	2
Relacionamiento empresarial y búsqueda de contactos	1
Búsqueda de espacios de capacitación para la empresa	1
Apoyo al área operativa con manejo de archivo documental de los clientes	2
<i>Total</i>	<i>48</i>

3.2.1 Evidencia grafica de las funciones asignadas y desarrolladas en el espacio de practicas

3.2.1.1 Asistencia a eventos corporativos. Eventos de carácter presencial.

Figura 4. Asistencia a eventos corporativos.



Figura 5. Asistencia a eventos corporativos.



3.2.1.2 Búsqueda de clientes potenciales por sector. Estudios de mercado sectorial.

Figura 6. Archivos.

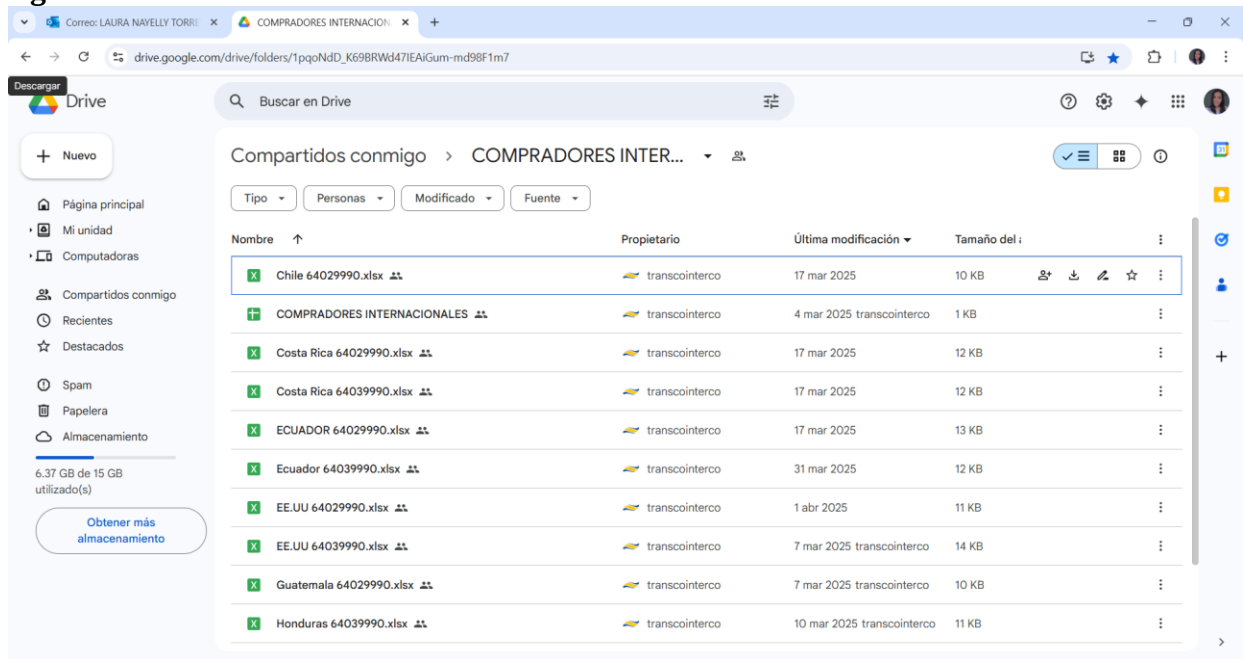
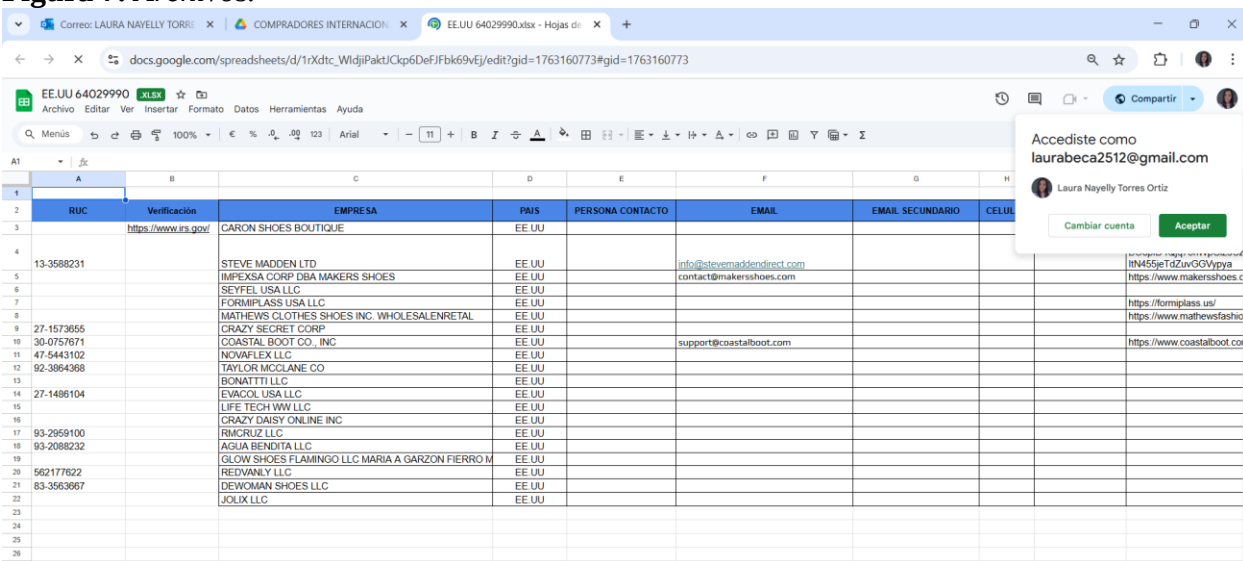


Figura 7. Archivos.



3.2.1.3 Estudios de mercado. Uso de plataformas especializadas

Figura 8. Archivos One Drive.

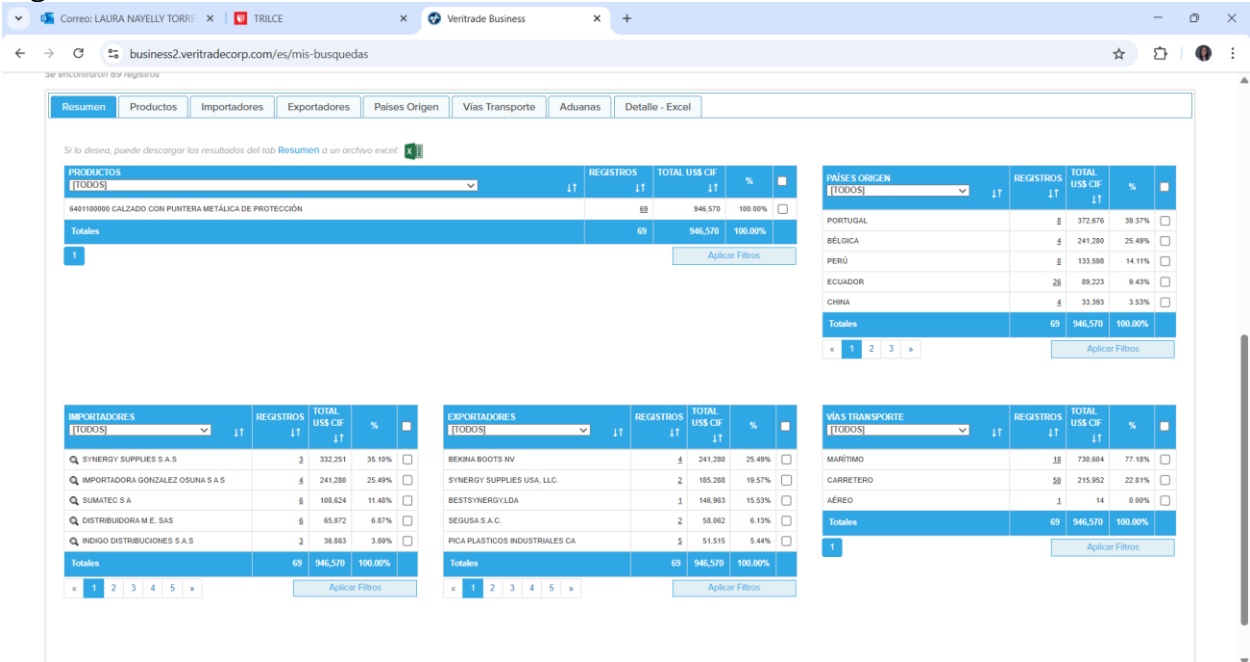
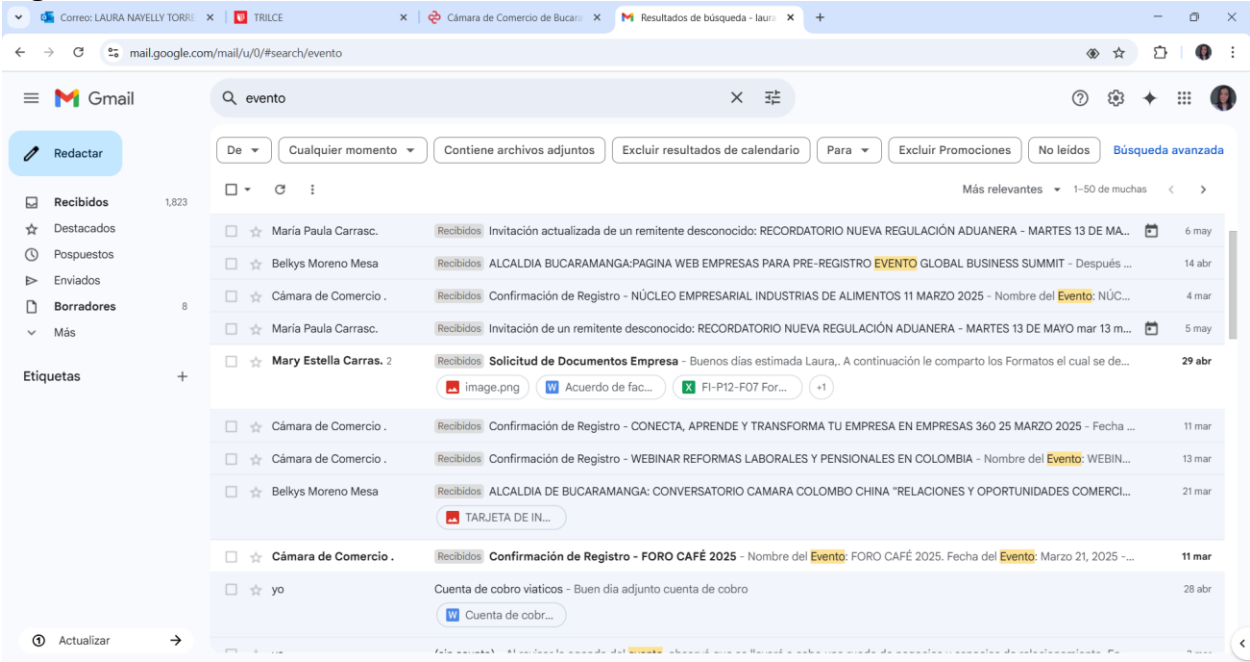
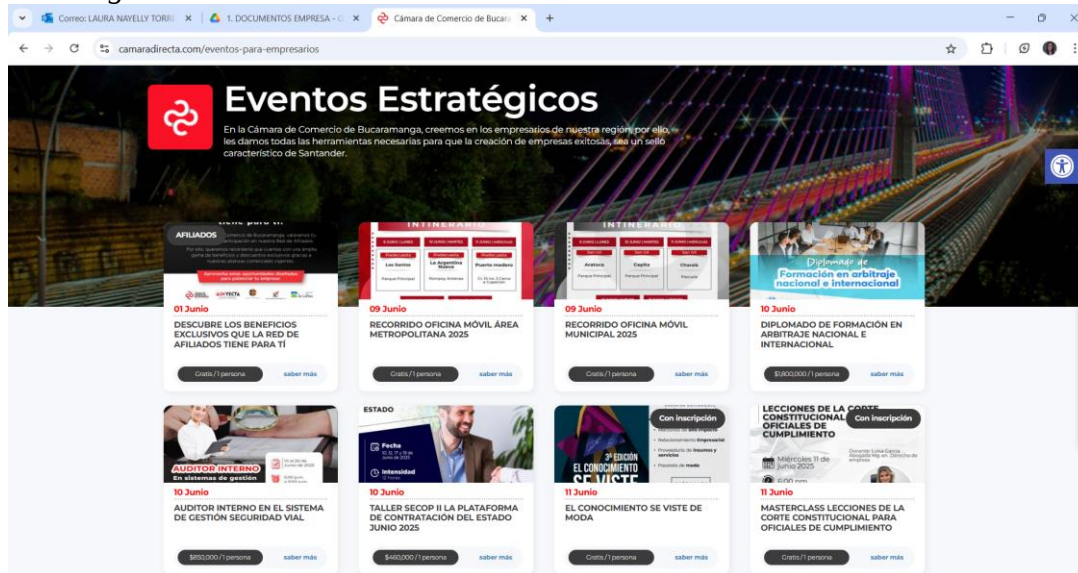


Figura 9. Archivos One Drive



3.2.1.4 Búsqueda de eventos en páginas institucionales. Por medio de plataformas de entidades públicas.

Figura 10. Pagina cámara de comercio.

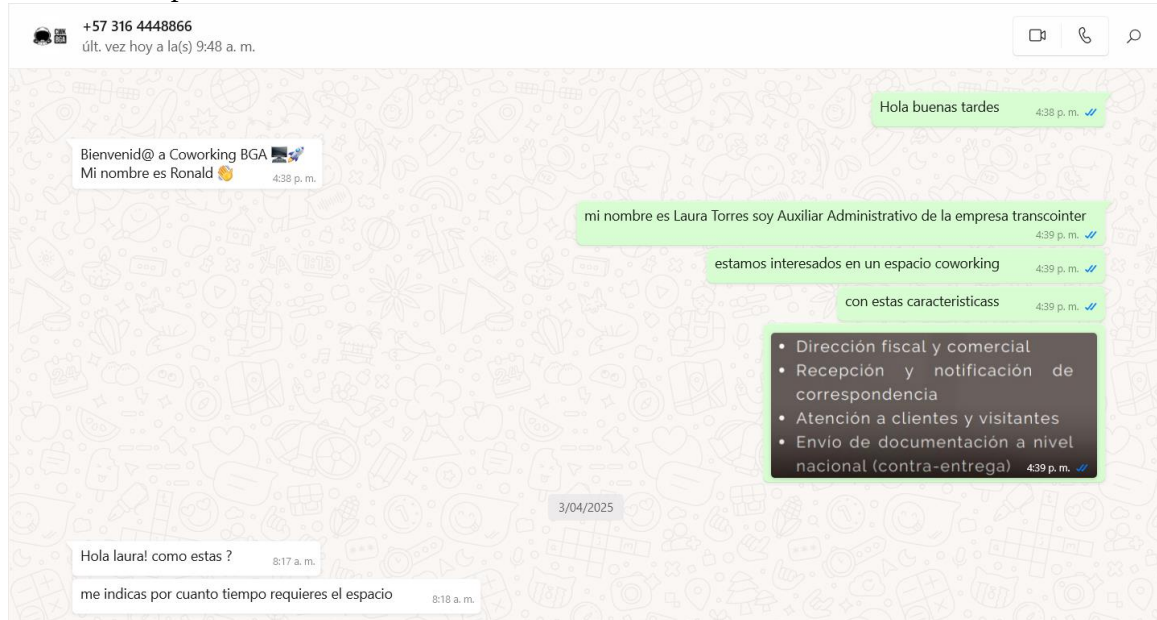


3.2.1.5 Cotización de espacios coworking. Contacto empresarial.

Figura 11. Chat corporativo.



Figura 12. Chat corporativo.



3.2.1.6 Relacionamiento empresarial y búsqueda de contactos. Búsqueda clientes con demandas específicas.

Figura 13. Eventos empresariales.



3.2.1.7 Búsqueda de espacios de capacitación para la empresa. Instituciones capacitadas.

Figura 14. Pagina de zona franca Bogotá.

Figura 15. Diplomado Dian.

Comunicado de Prensa

No. 036

DIPLOMADO VIRTUAL EN RÉGIMEN ADUANERO

- Los interesados podrán postularse antes del 28 de abril a través del siguiente enlace: <https://forms.office.com/r/nBmQH3HV2m>
- Las sesiones se desarrollarán a partir del 2 de mayo y hasta el 18 de julio, todos los viernes de 8:00 a. m. a 12:00 m., a través de la plataforma Microsoft Teams.

Santa Marta, DTCH, 10 abril de 2025.

Con el fin de fortalecer la formación educativa en materia aduanera, contribuir a la instrucción integral de las nuevas generaciones y generar capacidades para la creación y formalización de empresas con vocación de comercio exterior, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) lanza el diplomado virtual gratuito 'Régimen Aduanero - Santa Marta 2025'.

Esta iniciativa público-privada en la que participan la DIAN, la Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero, la Universidad del Magdalena, la Universidad Cooperativa de Colombia y la Federación Colombiana de Agentes Logísticos en Comercio Internacional (FITAC), busca promover el trabajo transversal y colaborativo entre las partes, todos actores importantes del comercio exterior.

El diplomado virtual será certificado por la Universidad del Magdalena y tendrá una intensidad horaria de 52 horas. Es un espacio académico pensado y dirigido, especialmente, a profesionales vinculados a áreas como Comercio Exterior, Negocios Internacionales, Administración, Economía y disciplinas afines, empresarios, así como a estudiantes de instituciones de educación superior que hagan parte de los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) y servidores públicos de las áreas misionales de la entidad.

3.2.1.8 Apoyo al área operativa con manejo de archivo documental. Por medio de plataformas one drive.

Figura 16. Archivos Google drive.

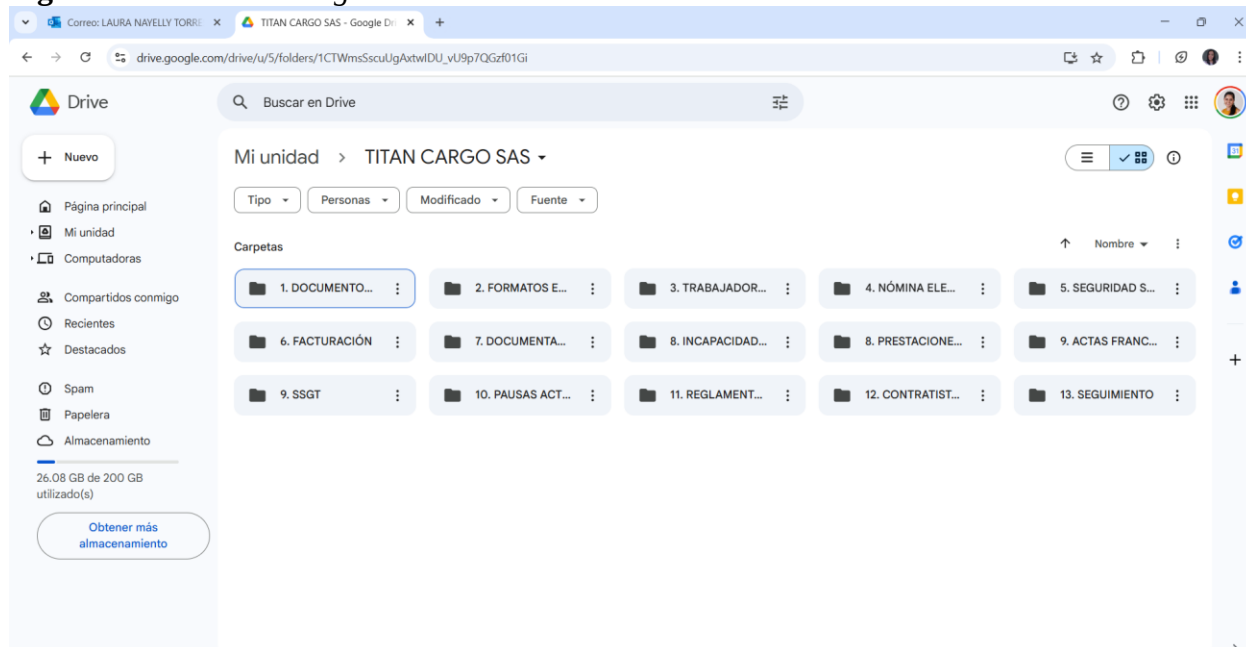
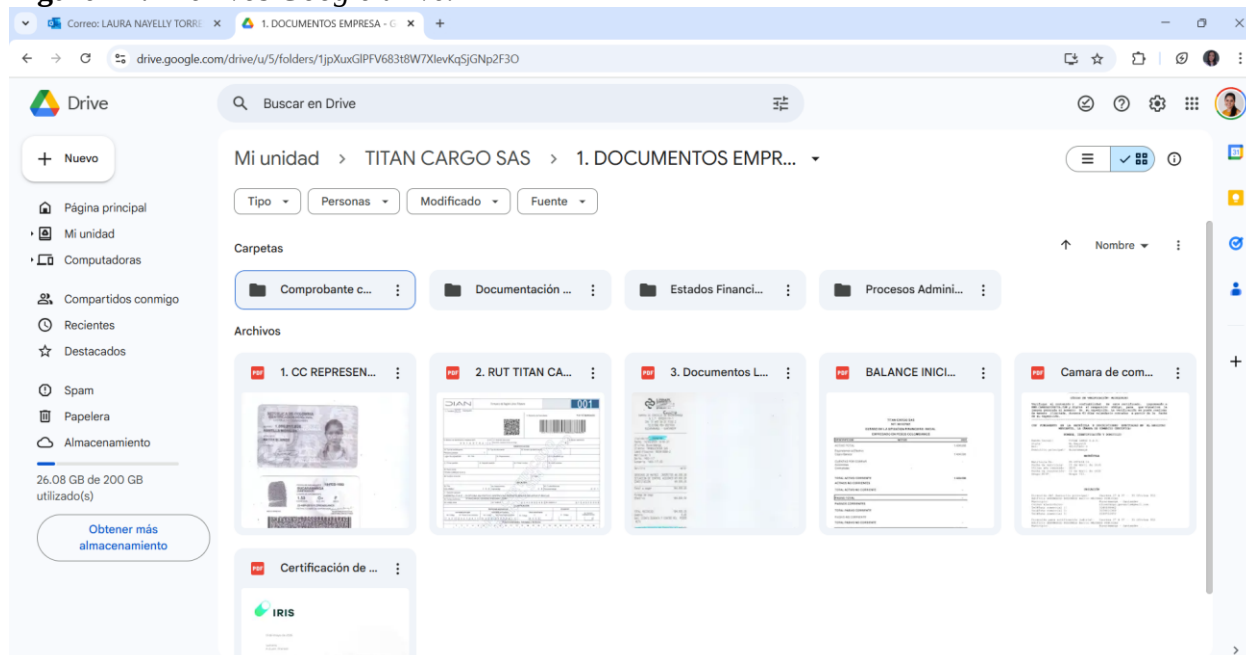


Figura 17. Archivos Google drive.



3.3 Procesos, procedimientos y herramientas

Tabla 3. *De funciones, procesos, procedimientos y herramientas utilizadas*

Función	Proceso	Procedimiento	Herramientas utilizadas
Asistencia a eventos corporativos	Participación en actividades de relacionamiento institucional	Inscripción previa, verificación de lugar y hora, asistencia presencial, toma de notas, entrega de material promocional y retroalimentación al equipo	Tarjetas de presentación, material impreso de la empresa
Búsqueda de clientes potenciales por sector	Prospección comercial	Identificación de sectores estratégicos, búsqueda de empresas, recolección de datos de contacto	Google, páginas institucionales, Excel, Legiscomex
Estudios de mercado	Análisis de sectores y tendencias internacionales	Consulta de fuentes oficiales, bases de datos y portales especializados, y extracción de información relevante	ProColombia, Statista, Veritrade, Paginas institucionales de cada país
Búsqueda de eventos corporativos	Identificación de oportunidades comerciales	Revisión periódica de sitios institucionales y plataformas de eventos empresariales	Cámara de Comercio, Analdex, Correo corporativo, páginas de gremios sectoriales

Función	Proceso	Procedimiento	Herramientas utilizadas
<i>Cotización de espacios coworking</i>	Apoyo a la logística empresarial	Contacto con proveedores, solicitud de cotizaciones, comparación de precios y condiciones	Correo electrónico, páginas web, redes sociales, Excel
<i>Relacionamiento empresarial</i>	Ampliación de la red de contactos	Envío de correos, seguimiento a contactos realizados en eventos	Outlook, bases de datos propias, Gmail
<i>Búsqueda de espacios de capacitación</i>	Fortalecimiento interno	Identificación de programas, cursos y capacitaciones alineadas con las necesidades de la empresa	Cámara de comercio, SENA, MinTIC, plataformas de e-learning
<i>Apoyo al área operativa con manejo de archivo</i>	Gestión documental	Organización, clasificación y digitalización de documentos de los clientes	Archivos en la nube, Google Drive, Correo corporativo
<i>Realización de cronograma para eventos</i>	Planificación de actividades y control de tiempo	Revisión de fechas, prioridades según interés comercial, asignación de tiempos y actualización constante del cronograma	Google Calendar, Excel, recordatorios en dispositivos móviles

4. Marco conceptual y normativo

4.1 Marco conceptual

La logística integral se basa en una filosofía concreta para el *control del flujo de materiales*. Podríamos decir que es una especial cultura del management ante un entorno competitivo en el que los conceptos de oportunidad y rapidez en el suministro de productos, así como los de servicio y calidad total, constituyen un complemento imprescindible a las clásicas variables de *calidad de producto y precio competitivo* que el mercado exige. Hoy en día podemos asegurar que el concepto de logística integral a largo plazo es el único camino para mantener una competitividad continuada en el mercado, disminuyendo, a su vez, en forma drástica la inversión global en stocks con el consiguiente aumento de la rentabilidad de las diferentes unidades operativas. (Tejero, 2007)

El capital intelectual en una empresa es un activo intangible que representa resultados benéficos para la misma, convertido en capital financiero, a través de la contabilidad financiera que se transforma y adopta estos conceptos nuevos, además de generar una ventaja competitiva en el mercado, en correlación con la posesión de conocimientos, relaciones con clientes, proveedores; experiencia, tecnología organizacional, destrezas profesionales, entre otros. (Zanatta, 2013)

En un mundo globalizado donde hay exceso de oferta el cliente se hace mas exigente, esta mas formado y sabe mejor lo que quiere, la estrategia pasa por encontrar algo que le importe a este y permita destacar. Se trata de dotar al producto o servicio de una característica intrínseca o un atributo periférico, apreciable por el cliente y percibido como

único. Esta estrategia tiene como objetivo una percepción distinta del producto. Para que el atributo sea efectivo debe cumplir las siguientes exigencias:

- Ser importante para el cliente, que lo tiene que percibir y apreciar.
- Ser también distinto, no debe ofrecerlo la competencia.
- Ser “costeable” para el cliente, que tiene que estar dispuesto a pagar por el beneficio que percibe en la diferencia.
- Ser “rentable” para la empresa. (No siempre incorporar un atributo diferenciador repercute en el coste de forma negativa; hay numerosas ocasiones en las que ese valor añadido diferencial no supone un incremento). Es recomendable que sea “difícilmente imitable”, difícil de copiar por la competencia; y aquí es necesario matizar: técnicamente puede ser posible la copia, o no muy cara, pero no convenir el *me too* o “yo también”. El primero en posicionarse en un mercado tiene muchas ventajas, sobre todo si se trata de un producto *commodity* (Carrió Fiore & Consolación Segura, 2006).

4.2 Marco normativo

Tabla 4. *Tabla explicativa del marco normativo*

Normativa	Fecha	Ámbito de Aplicación	Autoridad / Autor	Relación con el Plan de Mejora
<i>Decreto 659</i>	2024	Comercio Exterior y régimen aduanero	MinComercio / DIAN	Regula aspectos generales del comercio exterior, clave para estructurar contenidos normativos en los módulos académicos. ^a
<i>Decreto 1609</i>	2012	Transporte terrestre de mercancías	Ministerio de Transporte	Define requisitos técnicos y operativos del transporte terrestre, útil en temas de trazabilidad y logística operativa. ^b

Normativa	Fecha	Ámbito de Aplicación	Autoridad / Autor	Relación con el Plan de Mejora
Resolución 000185	2024	Procedimientos aduaneros de importación y exportación	DIAN	Establece los trámites vigentes, aplicables a simulaciones prácticas y análisis de casos dentro del plan formativo. ^c
Acuerdo 03 del CESU	2020	Marco nacional de cualificaciones	Consejo Nacional de Educación Superior (CESU)	Referente para clasificar niveles de formación por competencias, útil para alinear los objetivos de aprendizaje del plan de mejora. ^d

Nota: Esta tabla explica a detalle aspectos de la normativa utilizada, de igual manera a continuación se detalla el origen bibliográfico de cada resolución, acuerdo o decreto

^aDecreto 659 de 2024. Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 1165 de 2019, y se dictan normas generales para regular el comercio exterior en Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – DIAN.

^bDecreto 1609 de 2012. Por el cual se reglamenta el manejo y transporte terrestre automotor de mercancías peligrosas por carretera. *Ministerio de Transporte.*

^cResolución 000185 de 2024. Por la cual se establecen los procedimientos y trámites aduaneros ante la DIAN para operaciones de importación y exportación. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

^dAcuerdo 03 de 2020. Por el cual se adopta el Marco Nacional de Cualificaciones para Colombia. Consejo Nacional de Educación Superior – CESU.

5. Aportes

5.1 Propuesta de valor agregado

5.1.1 Identificación de la situación problemática

Durante el desarrollo de la práctica empresarial en TranscoInter S.A.S. se identificó una situación que representa una oportunidad estratégica de mejora: la limitada diversificación de los servicios que actualmente ofrece la compañía. Si bien la empresa cuenta con una trayectoria consolidada en el sector logístico nacional e internacional, su oferta actual se encuentra

principalmente centrada en funciones operativas de transporte y coordinación de carga, dejando de lado la posibilidad de expandirse hacia otros servicios complementarios y de alto valor agregado.

Esta escasa diversificación limita su competitividad frente a otras compañías del sector que, además de la gestión operativa, ofrecen soluciones integrales como asesorías técnicas, formación especializada y acompañamiento profesional. TranscoInter, a pesar de contar con un equipo profesional experimentado y un amplio conocimiento adquirido en actividades de comercio exterior y logística, no ha aprovechado completamente el capital intelectual como herramienta para generar nuevas líneas de servicio.

En este contexto, se ha observado que la empresa podría potenciar su propuesta de valor a través de la implementación de servicios orientados al fortalecimiento académico de estudiantes universitarios y profesionales del sector, brindando formación práctica y actualizada en áreas clave como logística, normatividad aduanera, clasificación arancelaria y comercio exterior. Esta iniciativa no solo permitiría diversificar los ingresos de la empresa, sino también posicionarla como un referente académico dentro del mercado.

5.1.2 Contribución de conocimientos a la empresa

Durante el proceso de práctica empresarial se aplicaron conocimientos teóricos adquiridos en la Universidad Santo Tomás, que fueron complementados con el aprendizaje práctico adquirido de la práctica profesional en el entorno logístico de TranscoInter S.A.S. Esta combinación permitió aportar de manera significativa a la empresa tanto en el diagnóstico de sus desafíos como en la formulación de propuestas de mejora con visión estratégica. Las principales contribuciones se describen a continuación:

- *Análisis estratégico de la situación actual y potencial de diversificación:* se aplicaron herramientas como la Cadena de Valor de Porter, el análisis PESTEL y las Cinco Fuerzas de Porter, lo cual permitió identificar las debilidades operativas actuales.
- *Propuesta de creación de servicios de fortalecimiento académico:* con base en la trayectoria y experiencia acumulada por la empresa, se estructuró una iniciativa orientada a ofrecer formación con una nueva línea de servicio podría beneficiar tanto a estudiantes universitarios como a profesionales en busca de actualización constante.
- *Diseño de un modelo de servicio integral con valor agregado:* se planteó un modelo de servicio más robusto que no solo contemple la operación logística tradicional, sino también una oferta formativa y de asesoría.
- *Gestión de relaciones corporativas clave:* en el rol desempeñado como auxiliar de relaciones corporativas, se facilitaron interacciones con actores estratégicos del sector logístico, incluyendo agentes de Zona Franca Santander, agencias de aduanas como All Trans, autoridades sanitarias como el INVIMA y redes internacionales como AmCham. Estos contactos fortalecen las posibilidades de futuras alianzas y contribuyen a ampliar el portafolio institucional.

5.1.3 Impacto desde los resultados/logros

Durante el desarrollo de la práctica empresarial se lograron avances significativos que evidencian el impacto positivo de las acciones propuestas tanto a nivel operativo como estratégico. A continuación, se detallan los principales logros obtenidos:

Estructuración de una base diagnóstica estratégica: Se identificaron áreas críticas que limitaban el crecimiento de la empresa, entre ellas la dependencia de servicios tercerizados y la

escasa diversificación del portafolio. Esta base permitió sustentar técnica y objetivamente las líneas de mejora propuestas.

Propuesta de diversificación basada en capacidades internas: El nuevo enfoque hacia la creación de una unidad de servicios académicos y de consultoría especializada se fundamenta en la amplia trayectoria de TranscoInter.

Fortalecimiento de la red de relaciones estratégicas: Los nuevos ecosistemas de aliados fortalece las posibilidades de implementación del nuevo modelo de servicios y abre puertas a convenios, prácticas académicas y colaboraciones interinstitucionales.

Mejoras en la gestión normativa, documental y formativa: La asistencia prestada en procesos técnicos como clasificación arancelaria, requisitos regulatorios y trámites de importación/exportación permitió elevar el nivel de precisión documental de la empresa. Al mismo tiempo, estos contenidos fueron aprovechados como insumo para el diseño de programas formativos que podrían integrarse a la nueva unidad de servicios académicos, contribuyendo al posicionamiento de la empresa como referente en conocimiento logístico.

5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo

La práctica empresarial en TranscoInter S.A.S. brindó un espacio valioso para aplicar y ampliar los conocimientos previamente adquiridos en el programa académico, esto permitió el desarrollo de competencias profesionales clave a través de experiencias del sector real y del entorno logístico con diversas empresas, los principales aportes que se destacan son:

La vinculación con procesos reales de transporte multimodal, intermediación aduanera y comercio internacional facilitó el entendimiento de la dinámica de las operaciones logísticas, así como la

interacción entre actores clave como agencias de aduanas, autoridades regulatorias y con los mismos clientes.

La participación en el diagnóstico de las diversas situaciones permitió fortalecer la capacidad de analizar las operaciones y proponer soluciones orientadas a la eficiencia.

A través de la gestión de contactos estratégicos y la interacción con entidades externas, se desarrollaron habilidades de comunicación efectiva y construcción de alianzas interinstitucionales, esenciales para el ejercicio profesional de los negocios internacionales.

El acompañamiento a procesos de asesoría documental con las instituciones pertinentes permitió poner en práctica conceptos como expedición de certificados de origen, clasificación arancelaria, regímenes especiales, y requisitos normativos (INVIMA, ICA).

5.3 Plan de mejora

5.3.1 Resumen ejecutivo

El presente plan de mejora tiene como finalidad abordar la necesidad estratégica de TranscoInter S.A.S. de diversificar sus servicios más allá del rol tradicional como operador logístico. A partir del análisis realizado durante la práctica empresarial, se identificó que la empresa cuenta con un amplio conocimiento del sector, una trayectoria consolidada y relaciones clave que podrían ser aprovechadas para ampliar su portafolio de servicios y reducir la dependencia económica de actividades altamente tercerizadas.

Como respuesta, se propone la creación de una nueva unidad de negocio enfocada en una nueva línea de valor agregado: servicios de fortalecimiento académico. Esta diversificación permitirá capitalizar el conocimiento acumulado por TranscoInter S.A.S., responder a nuevas

necesidades del mercado, captar nuevos segmentos de clientes (como estudiantes y profesionales del sector) y posicionarse como un actor innovador en la cadena de comercio exterior.

El plan contempla acciones como el diseño estructural de la unidad, alianzas estratégicas con instituciones educativas y expertos contables, capacitación interna, y la construcción de indicadores de impacto que permitan evaluar la viabilidad, crecimiento y sostenibilidad del nuevo modelo.

5.3.2 Contextualización del plan de mejora

TranscoInter S.A.S. es un operador logístico con sede en Bucaramanga Santander, reconocido por ofrecer soluciones integrales en transporte terrestre, marítimo, aéreo, Courier, asesoría en comercio exterior, carga especial y acompañamiento a ferias internacionales. A lo largo de su trayectoria, ha construido una red valiosa de relaciones en el sector logístico y un conocimiento profundo de los procesos de comercio exterior, lo cual representa un activo clave para su proyección futura.

Durante el desarrollo de la práctica empresarial, se evidenció que, si bien la empresa ha logrado consolidarse en el ámbito operativo, enfrenta una creciente necesidad de evolucionar su modelo de negocio. En respuesta a este contexto, surge la propuesta de implementar un plan de mejora basado en la diversificación de servicios, aprovechando la experiencia acumulada para incursionar en nuevos frentes como la formación académica en comercio exterior.

5.3.3 Objetivos del plan de mejora

5.3.3.1 General. El objetivo general es el siguiente.

Diseñar un plan de mejora que permita a TranscoInter S.A.S. diversificar su portafolio de servicios mediante la creación de una nueva línea enfocada en el fortalecimiento académico y la asesoría especializada para profesionales y estudiantes del sector logístico y de comercio exterior, con el fin de aprovechar el conocimiento acumulado de la empresa, consolidar su reputación como referente del sector y generar nuevas fuentes de ingreso sostenibles.

5.3.3.2 Específicos. Los objetivos específicos son los siguientes.

Identificar las áreas temáticas con mayor demanda formativa en el ámbito del comercio exterior, la logística internacional, la gestión aduanera y la normativa vigente, tanto a nivel nacional como internacional.

Diseñar propuestas de programas académicos complementarios dirigidos a estudiantes universitarios en etapa de formación profesional, con el fin de brindar herramientas prácticas y actualizadas que fortalezcan su perfil laboral.

Formular una oferta de asesorías técnicas especializadas para profesionales que buscan actualizarse en temas clave del comercio internacional, optimizar procesos o resolver situaciones específicas relacionadas con su actividad.

Evaluar los recursos humanos, tecnológicos y metodológicos disponibles dentro de TranscoInter S.A.S. para implementar actividades formativas de calidad (talleres, cursos cortos, seminarios, asesorías personalizadas).

5.3.4 Aspectos para mejorar

- La trayectoria de la empresa en actividades de comercio exterior y logística no ha sido sistematizada ni convertida en contenido formativo o consultivo, lo que limita su potencial para posicionarse como entidad referente y formadora en el sector.
- No existen mecanismos formales, procesos definidos, ni roles específicos asignados para el diseño, ejecución y evaluación de talleres, capacitaciones o asesorías técnicas personalizadas.
- TranscoInter ha consolidado relaciones con actores clave del comercio exterior, pero no ha capitalizado esta red en iniciativas conjuntas de formación o asesoramiento que fortalezcan su posicionamiento como empresa líder e innovadora.

5.3.5 Metas del plan de mejora

- Diseñar e implementar una línea de servicio orientada al fortalecimiento académico y la asesoría técnica, estructurando al menos dos programas que se orienten a estudiantes universitarios y otro a profesionales del sector logístico en un plazo no mayor a 2 meses con esto se da respuesta a las presiones que se identificaron, especialmente la rivalidad entre competidores y el surgimiento de productos sustitutos, que evidencian la necesidad de diferenciar la propuesta de valor de la empresa mediante la implementación de servicios académicos especializados.
- Sistematizar el conocimiento operativo de TranscoInter para convertirlo en insumos pedagógicos aplicables a procesos de formación, mediante la elaboración de al menos tres módulos formativos que aborden temáticas como normatividad aduanera, documentación

de comercio exterior y gestión logística integral, con una duración de 3 meses. Esta meta responde al factor tecnológico del análisis PESTEL, en cuanto se busca capturar y transformar el conocimiento técnico que la empresa ha acumulado en contenidos estructurados y digitalizables. También se responde al poder de negociación de los clientes, los cuales en la actualidad demandan servicios integrales y multifacéticos para poder decidir entre los proveedores logísticos que están en el mercado.

5.3.6 Matriz de acciones del plan de mejora

5.3.6.1 Diseño del servicio de fortalecimiento académico y asesoría especializada. La estrategia de servicio.

Se desarrollará un nuevo servicio enfocado en formación técnica-académica y asesoría profesional en comercio exterior y logística. Este incluirá la estructuración de dos programas diferenciados: uno dirigido a estudiantes universitarios en etapa de formación, y otro a profesionales activos que desean actualizar o fortalecer sus competencias en temas normativos, logísticos y operativos. El diseño incluirá temarios, metodología, recursos, modalidades (virtual o presencial) y cronograma.

Tabla 5. *Tabla de parámetros de cumplimiento de la fase diseño de fortalecimiento y asesoría especializada*

Indicador de verificación	Formula del indicador	Meta	Parámetros de evaluación
Número de programas diseñados con estructura temática y metodológica.	$(N.^{\circ} \text{ de programas diseñados} / N.^{\circ} \text{ de programas planeados}) \times 100$	2 programas diseñados en 1 mes.	- Excelente: 2 programas diseñados antes del mes 1 - Bueno: 2 programas diseñados en el mes 1

Indicador de verificación	Formula del indicador	Meta	Parámetros de evaluación
			• Regular: Solo 1 programa diseñado en el tiempo establecido. • A mejorar: Ningún programa estructurado o retraso mayor a 1 mes.

5.3.6.2 Sistematización del conocimiento operativo para uso pedagógico. La estrategia de documentación.

Se documentarán los conocimientos prácticos adquiridos por TranscoInter en su trayectoria operativa, transformándolos en módulos formativos que aborden temas como, documentación de importaciones/exportaciones y procesos logísticos integrales.

Tabla 6. *Tabla de parámetros de cumplimiento de la fase sistematización del conocimiento operativo para uso pedagógico*

Indicador de verificación	Formula del indicador	Meta	Parámetros de evaluación
Número de módulos formativos elaborados con base en prácticas reales.	$(N.^{\circ} \text{ de módulos elaborados} / N.^{\circ} \text{ de módulos proyectados}) \times 100$	2 módulos en 1 mes.	• Excelente: 3 módulos con contenidos completos en 1 mes. • Bueno: 2 módulos entregados en 1 mes. • Regular: 1 módulo en el tiempo estimado. • A mejorar: Ningún módulo completo o incompleto.

5.3.6.3 Socialización del portafolio de servicios a los directores operativos. La estrategia de socialización.

Se llevará a cabo la socialización del portafolio de servicios diseñado para la nueva unidad con los directores operativos de la empresa. Este paso es clave para garantizar que los responsables de la operación comprendan a fondo el alcance, los objetivos y los beneficios de los nuevos servicios propuestos, y puedan así alinearse estratégicamente con su implementación.

Tabla 7. *Tabla de parámetros de cumplimiento de socialización del portafolio de servicios*

Indicador de verificación	Formula del indicador	Meta	Parámetros de evaluación
Porcentaje de directores operativos que asisten y comprenden el portafolio de servicios	$\frac{(\text{N.º de directores asistentes y que comprenden} / \text{Total de directores invitados}) \times 100}{}$	Meta: 100% en 2 semanas	• Excelente: 100% de asistencia y comprensión clara del portafolio • Bueno: 80–99% • Regular: 60–79% • A mejorar: Menos del 60%

6. Conclusiones y recomendaciones

El desarrollo de la matriz de temarios que se va a detallar a continuación busca estructurar un nuevo enfoque estratégico para la empresa Transcointer, centrándose en diversificar su oferta de servicios mediante la aplicación de estos programas y módulos de fortalecimiento académico.

Tabla 8. *Matriz de Temario Fortalecimiento Académico en logística y Comercio Exterior (Orientado a estudiantes)*

Enfoque Técnico	Resultados de la actividad	Contenidos	Actividades	Tiempos	Entregable (Producto o Evaluación)
Módulo 1: Trámites y Documentación en Importaciones y Exportaciones	Identificar y analizar la documentación básica necesaria para todos los procesos de comercio exterior.	• Factura comercial • Lista de empaque • Documentos de transporte • Ciclo documental de importación/exportación	• Taller de lectura documental • Análisis de un caso real	Semana 1	Ejercicio práctico de lectura documental
Módulo 2: Clasificación Arancelaria y Regímenes Aduaneros	Aplicar la normativa vigente para la clasificación de productos y regímenes aduaneros con ayuda de herramientas como el arancel Dian MUISCA	• Sistema Armonizado • Regímenes aduaneros • Códigos arancelarios	• Actividad práctica con productos ejemplo • Ejercicios de asignación arancelaria	Semana 2	Guía resuelta de clasificación arancelaria
Módulo 3: Simulación de	Ejecutar una simulación integrada de una operación de	• Caso práctico completo • Simulación de documentación	• Evaluación de desempeño logístico	Semana 3	Informe de simulación + Presentación

Enfoque Técnico	Resultados de la actividad	Contenidos	Actividades	Tiempos	Entregable (Producto o Evaluación)
procesos logísticos y aduaneros	importación o exportación.	• Trazabilidad y seguimiento	• Retroalimentación individual		
Cierre del programa y evaluación final	Evaluar el aprendizaje y obtener retroalimentación del proceso.	• Repaso general • Reflexión sobre el aprendizaje	• Autoevaluación • Encuesta de satisfacción • Evaluación sumativa	Semana 4	Evaluación final y certificado de participación

Tabla 9. Matriz de Temario Fortalecimiento Académico en logística y Comercio Exterior (Orientado a profesionales)

Enfoque Técnico	Resultados de la actividad	Contenidos	Actividades	Tiempos	Entregable (Producto o Evaluación)
Módulo 1: Actualización en Normativa Aduanera Nacional e Internacional	Reconocer los cambios recientes en la legislación aduanera y su impacto en las operaciones de comercio exterior.	• Estatuto Aduanero Nacional Vigente	• Seminario virtual con experto	Semana 1	Informe corto de los participantes del impacto que tiene la normativa actual en su labor actual.
		• Cambios recientes y su aplicación	• Análisis comparativo • Foro profesional		
Módulo 2: Gestiones Críticas en el Tráfico Internacional de Mercancías	Identificar y gestionar procesos logísticos de alto riesgo en operaciones internacionales.	• Tráfico marítimo, aéreo y terrestre • Riesgos en aduanas • Buenas prácticas logísticas	• Estudio de casos críticos • Mesa redonda profesional • Diagnóstico operativo	Semana 2	Lista de chequeo y plan de mejora
Módulo 3: Análisis de Casos Reales y Asesoría Especializada	Aplicar criterios técnicos y normativos en la resolución de casos reales de comercio exterior.	• Casos documentados reales • Estrategias de resolución	• Trabajo en grupo • Rueda de asesoría técnica	Semana 3	Informe de caso resuelto

Enfoque Técnico	Resultados de la actividad	Contenidos	Actividades	Tiempos	Entregable (Producto o Evaluación)
		• Consultoría colaborativa	• Retroalimentación especializada		
Módulo 4: Auditoría Documental y Prevención de Riesgos	Desarrollar habilidades para auditar procesos documentales y minimizar errores críticos.	• Auditoría documental	• Auditoría simulada	Semana 4	Checklist final y plan de mejora documental
		• Checklists normativos	• Evaluación de documentos reales		
		• Prevención de sanciones aduaneras	• Desarrollo de checklist personalizado		
Cierre del programa y evaluación final	Evaluar los aprendizajes, validar habilidades adquiridas y obtener retroalimentación.	• Evaluación general	• Encuesta de satisfacción	Semana 5	Evaluación final + Certificado profesional
		• Presentación de resultados	• Autoevaluación técnica		
		• Recomendaciones	• Examen de cierre		

Tabla 10. Matriz de temario Modulo de Gestión Documental

Enfoque Técnico	Resultados de la actividad	Contenidos	Actividades	Tiempos	Entregable (Producto o Evaluación)
Taller sobre gestión documental y su correcto diligenciamiento	El participante reconocerá los documentos clave de importación/exportación y sabrá diligenciarlos correctamente.	- Factura comercial, BL, packing list, certificados sanitarios- Errores comunes en documentación- Flujograma de validación	- Análisis de documentos reales- Simulación de errores- Aplicación de checklist	6 horas	Documento correctamente diligenciado con checklist de validación

Tabla 11. *Matriz de temario Modulo de Trazabilidad y Gestión.*

Enfoque Técnico	Resultados de la actividad	Contenidos	Actividades	Tiempos	Entregable (Producto o Evaluación)
Simulación de trazabilidad y gestión operativa	El participante podrá identificar fallas operativas, aplicar herramientas de seguimiento y proponer mejoras.	- Indicadores clave de trazabilidad- Sistemas de control manual y digital- Escalamiento ante imprevistos	- Uso de software de trazabilidad- Simulación de casos reales- Debate de soluciones	8 horas	Propuesta de mejora basada en un caso con fallo de trazabilidad

Tabla 12. *Matriz de temario Modulo de Análisis normativo y Gestión de Riesgos.*

Enfoque Técnico	Resultados de la actividad	Contenidos	Actividades	Tiempos	Entregable (Producto o Evaluación)
Taller de análisis normativo y gestión de riesgos aduaneros	El participante identificará normas clave en comercio exterior, evaluará riesgos documentales y propondrá soluciones preventivas.	- Normativa aduanera nacional e internacional (DIAN, OMC, TLCs)- Riesgos frecuentes: sanciones, decomisos, errores en clasificación- Protocolos de prevención y corrección	- Estudio de normas actuales- Evaluación de casos de sanción- Simulación de gestión preventiva	6 horas	Informe con análisis normativo aplicado a un caso + plan de acción preventivo

El desarrollo de este plan de mejora surgió como respuesta a la necesidad de capitalizar la experiencia y el conocimiento acumulado por la empresa a lo largo de su trayectoria en el sector logístico y de comercio exterior.

La elaboración de los módulos formativos permitió identificar contenidos clave, metodologías apropiadas y recursos necesarios para ejecutar una propuesta educativa con criterios de calidad. Esta iniciativa, más allá de responder a una necesidad de mejora interna, abre un nuevo campo de acción que contribuye a posicionar a TranscoInter no solo como operador logístico, sino como actor formador dentro del ecosistema empresarial.

El enfoque práctico, técnico y actualizado de los programas diseñados permite atender dos públicos estratégicos: estudiantes universitarios en formación y profesionales que requieren actualización normativa y operativa. Además, se propusieron indicadores de evaluación claros y medibles, que permitirán valorar el impacto de la implementación de estos servicios formativos.

A partir del diseño del plan de mejora y de la estructuración de los programas de formación dirigidos tanto a estudiantes universitarios como a profesionales del sector logístico, se recomienda a TranscoInter S.A.S. implementar una fase piloto que permita evaluar la pertinencia de los contenidos, la efectividad de la metodología y el nivel de satisfacción de los participantes. Igualmente, es fundamental establecer un sistema de indicadores que mida el desempeño del programa en términos de cobertura, impacto y retroalimentación. Se recomienda además que la empresa mantenga actualizados los temarios con base en los cambios normativos y las necesidades del mercado, y que se fortalezca la capacitación interna del equipo encargado de liderar este servicio, con el fin de asegurar la calidad académica y técnica de las actividades ofertadas. Finalmente, se aconseja formalizar alianzas con instituciones educativas o gremios del sector para

ampliar el alcance del programa, fortalecer su legitimidad y posicionar a TranscoInter como un referente en formación especializada dentro del entorno logístico.

Referencias

- A. Rezi and M. Allam,. (1995). Techniques in array processing by means of transformations . In *Control and Dynamic Systems Vol, 69*, 133-180. San Diego: Academic Press.
<https://www.semanticscholar.org/paper/Techniques-in-Array-Processing-by-Means-of-Moghaddamjoo-Allam/80b24213506c127a3f301364add6ad13a9e1ac53>
- Alonso, M. (2024, Noviembre 18). *Qué son las 5 fuerzas de Porter y cómo analizarlas*. Retrieved from asana: <https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>
- American Psychological Association. (n.d.). *Style and Grammar Guidelines*. Retrieved enero 17, 2020, from Apastyle: <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines>
- Anaya Tejero, J. J. (2007). Logística integral: la gestión operativa de la empresa. In J. J. Anaya Tejero, *Logística integral: la gestión operativa de la empresa* (p. 25). Madrid: Alfaomega esic.https://books.google.com.co/books?id=a4Tq_7Pmc04C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). Retrieved from Cartilla DANE CIU: https://recursos.ccb.org.co/ccb/flipbook/2012/cartilla_DANE_ciu/files/assets/basic-html/page323.html#:~:text=4690%20Comercio%20al%20por%20mayor%20no%20especializado&text=El%20comercio%20al%20por%20mayor,sin%20ninguna%20especializaci%C3%B3n%20en%20particu
- Camara de Comercio de Bucaramanga. (2025, 01 27). Retrieved from WWW.CAMARADIRECTA.COM
- Carrió Fiore, J., & Consolación Segura, C. (2006). La diferenciación como estrategia. *Estrategias de Marketing*, 53. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2139019>

- Carro Paz, R., & Gonzales Gomez, D. (2013). *Logistica Empresarial*. In R. Carro Paz, & D. Gonzales Gomez, *Logistica Empresarial* (p. 7). Buenos Aires: apunteestudio.
<https://www.studocu.com/co/document/universidad-del-cauca/administracion-empresarial/roberto-carro-daniel-gonzalez-logistica-empresarial/24641961>
- CRAI USTA Bucaramanga. (2020). *Informe de recursos y servicios bibliográficos*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás. <https://crai.ustabuca.edu.co/>
- DIAN. (2021, Enero 5). *Abecé sobre los cambios en la clasificación de actividades económicas en el RUT, relacionadas con los servicios profesionales*. Retrieved from Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales: <https://www.dian.gov.co/impuestos/Documents/Abece-Servicios-Profesionales.pdf>
- Fenalco. (n.d.). *Los verdaderos socios comerciales de Colombia en Estados Unidos*. Retrieved from FENALCO: https://www.fenalco.com.co/blog/gremial-4/los-verdaderos-socios-comerciales-de-colombia-en-estados-unidos-379#blog_content
- La Universidad en Internet, UNIR. (2023, Febrero 2). *¿Qué es y para qué sirve el análisis PESTEL de una empresa?* Retrieved from UNIR: <https://www.unir.net/revista/empresa/analisis-pestel/>
- Miao, L. L. (November 8-12). A specification based approach to testing polymorphic attributes. *Formal Methods and Software Engineering: Proceedings of the 6th International Conference on Formal Engineering Methods, ICFEM 2004*. Seattle, WA, USA,.
https://www.researchgate.net/publication/220744329_A_Specification-Based_Approach_to_Testing_Polymorphic_Attributes

- Tejero, J. J. (2007). Logística integral: la gestión operativa de la empresa. In J. J. Tejero, *Logística integral: la gestión operativa de la empresa* (p. 16). ESIC Editorial.
https://books.google.com.co/books?id=a4Tq_7Pmc04C&printsec=frontcover&hl=es
- TranscoInter SAS. (2025). *Capacitación sistema de gestión*. Obtenido de
<https://www.canva.com/design/DAFDhanp2ro/VCPfM04PdqwDigBTBarig/edit>
- Wigner, E. P. (2005). Theory of traveling wave optical laser . *Phys. Rev.*, 134, A635-A646.
<https://link.aps.org/doi/10.1103/PhysRev.139.A635>
- Zanatta, M. S. (2013). La importancia del capital intelectual en las Organizaciones. *Ciencia Administrativa*, 41. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/01/05ca201301.pdf>

