



**Trabajo Final Práctica Profesional
Negocios Internacionales.**

Presentado a:

Universidad Santo Tomás Sede Medellín
Facultad de Negocios Internacionales.

Elaborado por:

Juliana Rodríguez Guevara
Estudiante décimo semestre de Negocios Internacionales.

Octubre de 2017
Medellín



Tabla de Contenido

TRABAJO FINAL PRÁCTICA PROFESIONAL.....	1
<input type="checkbox"/> <i>INTRODUCCIÓN.....</i>	4
<input type="checkbox"/> <i>RESUMEN EJECUTIVO, SUMMARY</i>	4
<input type="checkbox"/> <i>BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</i>	5
<input type="checkbox"/> <i>PROPUESTA DE TRABAJO</i>	5
- <i>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</i>	5
- <i>JUSTIFICACIÓN</i>	6
<input type="checkbox"/> <i>PLAN DE TRABAJO – DESARROLLO PRÁCTICA PROFESIONAL.....</i>	7
- OBJETIVO GENERAL	7
- OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
- CRONOGRAMA DE TRABAJO	7
<input type="checkbox"/> <i>METODOLOGÍA IMPLEMENTADA.....</i>	9
<input type="checkbox"/> <i>RESULTADOS</i>	9
<input type="checkbox"/> <i>CONCLUSIONES</i>	10
REFERENCIAS	19



Tabla de Ilustraciones

Tabla 1 Notas.....	12
Tabla 2 Documentos anexos.....	12
Tabla 3 Datos de la empresa o Institución.....	12
Tabla 4 Descripción del trabajo y logros significativos del practicante.....	12
Tabla 5 Modalidad de grado.....	13
Tabla 6 Evaluación del jefe inmediato.....	14
Tabla 7 Conocimientos del estudiante con respecto al tema de la práctica.....	14
Tabla 8 Iniciativa y recursividad del estudiante en el trabajo.....	14
Tabla 9 Rendimiento del estudiante en su trabajo.....	15
Tabla 10 Organización del estudiante en su trabajo.....	15
Tabla 11 Relaciones interpersonales y comunicación.....	15
Tabla 12 Trabajo del estudiante.....	16
Tabla 13 Sobre el trabajo realizado se puede decir que.....	16
Tabla 14 Asesoría brindada por la Universidad.....	16
Tabla 15 Nota global de desempeño del estudiante.....	17
Tabla 16 Informe de visitas a empresas o instituciones.....	18
Tabla 17 Información de las visitas.....	18
Tabla 18 Datos de las personas asistentes a las visitas.....	18



Desarrollo del Informe de Práctica Profesional

Universidad Santo Tomás- Medellín

- ***Introducción.***

En este informe desarrollare una idea que surgió mientras desempeñaba mi labor como practicante de Negocios Internacionales en el departamento de exportaciones de Fajitex SAS. La intención es probar un nuevo sistema practico y sencillo de CRM (Customer Relationship management) con la finalidad de darle solución a un problema que se centra en la falta de una base de datos organizada que permita un efectivo seguimiento a los clientes y prospectos internacionales.

La labor desempeñada en esta empresa me facilito reagrupar los conocimientos que adquirí en el recorrido de mis estudios profesionales para llevarlos a cabo en el entorno real, mis aptitudes y habilidades me dieron la capacidad de aportar a mi grupo de trabajo y con asesoría de mi jefe inmediato la idea de encontrar una herramienta capaz de recordar citas con clientes basada en una estructura de seguimiento de información sistematizada y customizada que en efecto permitiera conocer a fondo las necesidades y propuestas de nuestros clientes y con el objetivo de brindarles un mejor servicio. Después de una rigurosa investigación encontré a STREAK una aplicación que esta conectada con Gmail, es simple y gratuita la cual ofrece múltiples funciones y beneficios que iré expresando más adelante.

- ***Resumen ejecutivo:***

Fajitex SAS es una empresa dedicada al diseño, elaboración y comercialización de prendas de control y compresión, para hombres y mujeres, con 10 años de experiencia en el mercado Colombiano y 4 años en el mercado internacional, es una compañía que entra al mercado fuertemente frente a los competidores nacionales ya que su enfoque principal es el desarrollo de una prenda de vestir que genere bienestar y confort, fabricados con los más altos estándares de calidad, además de un excelente servicio al cliente. En esta compañía el departamento de exportaciones es una de las áreas con mayor proyección en la actualidad y



con visión de expansión en el futuro, área donde desempeño mi labor como practicante, sirviendo de apoyo para el mejoramiento continuo del departamento y de la compañía. Nuestra principal función esta enfocada en ventas internacionales donde usamos canales de comunicación digitales, entre ellos correo electrónico, WhatsApp, llamadas telefónicas para captar clientes que permitan tener futuras relaciones comerciales y así generar resultados sostenibles y exitosos.

□ *Summary*

Fajitex SAS is a company dedicated to the design, manufacture and commercialization of body shaper clothing for men and women, this company has 10 years of experience in the Colombian market and 4 years in the international market, my internship last 6 months where I was working in international sales focused on customer service, there were given to me many a few databases in order to unify then and categorize prospective clients, this is where found a problem which consisted in searching about a solution to tracking customer in a simple, free and easy way.

STREAK is an application which is integrated with Gmail and Google, It was created in 2011, as well as a joint application, it serves as a potential link that is handled in a virtual and intuitive way regarding a solution for all sales problems, within its functions are categorized buyers in multiple pipelines, keep track of personalized information, customize emails, facilitate the analysis of conversations with potential customers and prospects, view in the Gmail inbox date of sending and receiving of mails and automatically emails sending.

● *Breve descripción de la empresa:*

- Nombre o razón social: Inversiones Fajitex SAS
- Objeto social de la empresa: Diseña, produce y comercializa prendas de control y compresión
- Equipo de trabajo: Gerencia general, Gerencia comercial, ventas externas y producción



- Área en la que se desempeñó: Departamento de Exportaciones

- ***Propuesta de trabajo:***

- ***Planteamiento del problema:***

Inicio con una propuesta innovadora de un empresario exitoso, Thomas M Siebel fundador y CEO de Siebel Systems, una de las compañías de software más importantes del mundo, fue la persona que desarrollo un modelo de E-Marketing basado en una estrecha relación con el cliente, por medio de tecnologías de información, como solución al resultado de un entorno económico cambiante y competitivo sobre la dificultad de las compañías para fidelizar a sus clientes. Es en este informe quiero mostrar la necesidad que surge de implementar un sistema de CRM “Customer Management Relationship” en el departamento de exportaciones de Fajitex SAS, el cual nos permita ofrecer un mejor servicio de ventas. La idea de Thomas es muy útil e importante ya que por medio de una efectiva administración de la información se pueden crear estrategias competitivas basadas en la singularidad cada cliente, con un CRM podemos categorizarlos dependiendo de su capacidad de inversión, cultura, y actual



necesidad; debido a mi experiencia sobre la relación que he tenido con varios clientes, me he dado cuenta que cada cliente busca una necesidad diferente.

Actualmente las ventas han crecido significativamente con respecto al año anterior y por consecuente la cifra de clientes, pero esto deja como resultado, la dificultad para recordar a que tipo de negociación se llego, que tipo de necesidad tiene el cliente, en que país se encuentra, y fecha de agenda de la próxima cita, lo que ha provocado un caos en cuanto la atención a nuestros clientes. En términos específicos ¿Que herramienta puede ser útil para canalizar los clientes internacionales de Fajitex?

- *Justificación:*

Como resultado de mi investigación, estuve mirando varios sistemas de control de base de datos que podríamos implementar; como decisión final se encontró una aplicación gratis y sencilla que unifica toda la información por medio del correo electrónico permitiendo un mejor y eficiente seguimiento a nuestros compradores, esta puede ser manejada por varios usuarios, lo que aplica exitosamente para mi equipo de trabajo en el departamento de exportaciones. En concreto **STREAK** es una aplicación integrada a Gmail y Google, fue creada en el año 2011, pero en la actualidad ha logrado que mas usuarios empiecen a integrarla con su cuenta de Gmail sirviendo como un link potencial que se maneja de forma virtual e intuitiva por lo que respecta a una solución para todos los problemas de ventas, de la misma manera éste CRM presenta un sistema de embudo o tubería, que permite la categorización del proceso con los clientes por etapas, facilitando que el flujo de información sea ágil, dentro de sus funciones esta categorizar compradores en multiples pipelines, hacer un seguimiento de información customizada, personalizar emails, facilitar el seguimiento previo a las conversaciones con los clientes potenciales y prospectos, visualizar en la bandeja de entrada de Gmail fecha de envio y recepcion de correos, asi como, desde que dispositivo y que hora un cliente vio el mensaje enviado, en ella está incluida una opción que permite la configuracion automatica para envio de un email que necesita ser transmitido a una hora especifica sin necesidad de estar activos dentro de la plataforma, función que se utiliza cuando clientes que viven en paises con zona horaria diferente.



- *Plan de trabajo – Desarrollo práctica profesional*

- Objetivo General

Crear una una potencial base de datos

- Objetivos específicos.

- ✓ Integrar las bases de datos del departamento de exportaciones
- ✓ Organizar y delegar funciones a los miembros del equipo de exportaciones en cuanto a tiempos y fechas para llamar clientes.
- ✓ Categorizar compradores en múltiples pipelines
- ✓ Identificar el dolor del cliente para satisfacer sus necesidades
- ✓ Mejorar la percepción que el cliente tiene sobre nosotros como Fajitex
- ✓ Elaborar un plan estratégico para canalizar nuevos distribuidores, por medio de ofertas y descuentos especiales, apoyo publicitario, capacitación del producto.
- ✓ Incrementar la cartera de clientes así como las ventas.
- ✓ Reducir el tiempo que se tarda en resolver problemas e inquietudes de nuestros distribuidores
- ✓ Reinventar procesos de venta para una mejor captación de clientes, ver en que se ha fallado y que se puede mejorar en la atención, calidad del producto, y precios.

- Cronograma de trabajo

Fase	Actividad	Finalidad / Logros.
	1. Recopilación de los clientes en los últimos años para tal proceso se parte del análisis de la carpeta clientes con Sarlaft (documento solicitado por la empresa para corroborar que los clientes no estén involucrados en procesos de lavado de activos).	1. Este primer paso se realiza con la intención de conocer en los últimos años que clientes nos visitaron e hicieron su compra y cuales dejaron de comprar significativamente en el año 2017. 2. Segmentación de la base de datos, incluyendo características, necesidades y capacidad de inversión de cada cliente, su



Primera Fase	<ol style="list-style-type: none">2. Se unifica las 5 bases de datos existentes en un solo documento de Excel separados por libros nombrados, clientes sarlaft, feria NY y las vegas, Macrorrueda de negocios, contacto soporte y prospecto.3. Se identifica la necesidad de implementar un sistema estructurado de seguimiento a clientes CRM, gerencia autoriza investigación de los posibles sistemas.	<p>opinión en cuanto calidad, precio y margen de rentabilidad del negocio, para así conocer que carpeta contiene los clientes potenciales y así aplicar una mayor concentración en ellos.</p> <ol style="list-style-type: none">3. Se realiza la evaluación de los posibles sistemas de base de datos que sean útiles para el departamento debido al manejo de clientes internacionales, se probó inicialmente con el CRM de la empresa pero se llegó a la conclusión de la importancia de un sistema en específico para el área de exportaciones.
Segunda Fase	<ol style="list-style-type: none">1. Se evalúa la aplicación STREAK y se inicia el proceso de instalación en el ordenador de la practicante, para hacer las pruebas respectivas, el proceso se realiza por una semana.2. Se transfiere la base de datos anteriormente organizada a Gmail por medio de la aplicación Streak y se empieza a categorizar por columnas el estado de cada cliente en la base de datos, así como nombre, teléfono, dirección de email, país.3. Se realiza la creación de un cronograma de llamadas con los clientes que dejaron de comprar en el año 20174. Al finalizar esta fase se realiza reunión del equipo de trabajo con gerencia comercial para establecer las estrategias que se implementaran en el canal de Telemarketing con intención de captar nuevos clientes y fidelizar los existentes.	<ol style="list-style-type: none">1. Es importante evaluar en el ordenador la nueva aplicación ya que en la empresa se maneja información confidencial y es necesario saber si streak es confiable, se hizo por recomendación del área de sistema de la empresa.2. Ya con los datos en el sistema de Gmail, se adquiere la organización de la información para así poder filtrarla de manera rápida y fácil.3. Se determinan los clientes principales con los que se empezaría la primera semana de llamadas, se decide empezar por los prospectos que fueron importantes en el año 2017 con la finalidad de saber que hizo que dejaran de comprar.4. Estrategias como margen de rentabilidad, precios, tabla de descuentos, calidad del producto, catálogo, propuesta de reunión por skype u otro medio que permita un mejor contacto con el cliente.
Fase Intermedia	<ol style="list-style-type: none">1. Se procede a las llamadas.2. Se identifica la necesidad de cada cliente contactado y se procede a agendar una nueva llamada para propuesta de negocio.3. Negociación, en esta etapa de la fase es donde se cierra un negocio, el cliente hace su pedido.	<ol style="list-style-type: none">1. Se llevan a cabo las estrategias y propuestas establecidas por alta gerencia, se establecen preguntas para conocer al cliente, que tipo de negocio maneja, cuanto sería su monto de inversión, en que país se encuentra, y si tiene conocimiento sobre el producto, esta recopilación de información se da por vía telefónica.



		<ol style="list-style-type: none">2. Se evalúa con el equipo de trabajo como suplir la necesidad de cada cliente y se agenda otra llamada o cita de contacto.3. Se procede a enviarle cotización con lista de precios y cotización de transporte, se habla temas sobre aduanas, garantía del producto, diseños y se otorga una lista de precios al público para darle una mejor asesoría a nuestro cliente distribuidor.
Última Fase	1. Etapa de Seguimiento	<ol style="list-style-type: none">1. Esta etapa se considera importante ya que a partir que el cliente haga su ultima compra se debe recordar y hacerle saber que es importante para la empresa, se manifiesta si necesita apoyo publicitario, capacitacion gratis del producto y toda la asesoria en ventas, de esto depende la fidelizacion de los clientes y de hacerlos sentir especiales, esta etapa se logra con un CRM que permita ver la informacion de manera organizada.

- **Metodología implementada**

La metodología en este informe se enfoca en un estudio investigativo y descriptivo acerca del comportamiento del cliente, por medio de un sistema CRM que permita el mejoramiento y la eficiencia del proceso obsoleto existente en la compañía, capaz de establecer acciones estratégicamente implementadas para obtener un mejor resultado en las ventas, reduciendo riesgos, tiempo y costos innecesarios.

- **Resultados**

Al tener un sistema de información ágil y organizado hubo una mejoría en la captación y seguimiento de clientes, se hizo mas fácil para el departamento tratar del tema semanalmente con la intención de proporcionar mejorías en el proceso y posibles soluciones a problemas existentes.

Se logro cumplir las citas agendadas en el tiempo y fecha estipuladas debido a tener un recordatorio de las mismas en Google Calendario.

Se obtuvieron clientes nuevos los cuales hicieron compras pequeñas pero con visión de incrementar su capital de inversión en el futuro.



Se organizo y dejo listo el proceso de las legalizaciones del dinero de los últimos años proveniente de las exportaciones “ monetizaciones” por medio de Bancolombia ante el Banco de la Republica de Colombia.

La practicante de exportaciones sirvió de apoyo y apporto ideas para la mejoría en el proceso de ventas, gracias a un excelente equipo de trabajo se logro la autorización de la gerente comercial de una modificación en los precios en un 3% menos con respecto del actual, se espera informar de este cambio a los clientes y así obtener mayores ventas para cumplir las metas de fin de año.

Pese al crecimiento del departamento la asistente de exportaciones fue enviada a hacer viajes para fidelización y apoyo a dos de los clientes internacionales mas importantes de la compañía, la practicante sirvió de apoyo sustituyendo las actividades de su compañera de trabajo.

Se obtuvo un nuevo cliente internacional, la primera que habla Idioma diferente a español, la practicante sirvió de apoyo a la comunicación con los pedidos de este cliente, ya que habla inglés como segundo idioma.

Por último el departamento logro afianzar las relaciones con los distribuidores internacionales existentes, entre ellos, Republica Dominicana, México, Estados Unidos, Ecuador, Chile, Argentina, y para el próximo año abrirá su primera sede en el exterior en la ciudad de Miami Florida Estados Unidos, se espera un crecimiento mayor para el próximo año.

□ *Conclusiones*

La labor desempeñada en Fajitex SAS me ha dejado innumerables conocimientos prácticos y teóricos, en estos momentos me encargo de hacer las monetizaciones por medio de dos Bancos, Bancolombia y Davivienda, pude aplicar lo adquirido en mi carrera como son los numerales cambiarios, y los formularios de legalización de las mismas, por consiguiente he implementado mis conocimientos sobre incoterms (Términos de negociación internacional), tales como FCA, en la empresa solo manejamos aéreos y terrestre ya que las prendas de control no son tan pesadas para enviarlas marítimamente, en cuanto a las modalidades de exportación, usamos dos, exportación simplificada o Courier y/o envíos urgentes; no había tenido experiencia en el tema de ventas anteriormente pero conté con un excelente equipo de



trabajo que constantemente me animaban a intentarlo informándome de tips para mejorar los procesos de ventas, Juan Pablo mi coordinador, se sentaba a mi lado me explicaba temas del cual tenía desconocimiento, su paciencia y dedicación hicieron que afianzara mis conocimientos sobre el tema.

Para finalizar ha sido de mucha importancia el desarrollo de la investigación de un sistema de CRM como STREAK porque gracias a esta aplicación se ha logrado tener una estrecha y mejor relación con el cliente, sin dejar en el olvido a ninguno, hemos podido discutir estrategias de mejoramiento en el departamento ya que conocemos la opinión del cliente. Por consiguiente se noto el aporte significativo a la internacionalización por parte del departamento de exportaciones a la compañía ya que depende de este directamente que la empresa sea reconocida en el exterior, se ha notado que nuestros clientes prefieren la calidad de las fajas de FAJITEX lo que nos permite competir en un entorno global de mayor exigencia, se espera asistir a la feria de Nueva York y así ampliar la gama de prospecto de clientes.



ANEXO A: INFORME FINAL DEL COORDINADOR DE PRÁCTICA

Coordinador de Prácticas	Nombre del estudiante	Facultad	Documento de Identidad
Notas			
Concepto	Porcentaje	Calificación	
Coordinador de Práctica			
Informe final y sustentación			
Jefe Inmediato			
Pre-Práctica			
NOTA FINAL	100%		

Tabla 1Notas

Documentos anexos	
Convenio de Práctica o Contrato de aprendizaje firmado	
Seguimientos Visitas a la Empresa o Institución	
Evaluación Jefe Inmediato	
Evaluación Sustentación	
Informe final de Práctica	

Tabla 2Documentos anexos

Datos de la Empresa o Institución	
Nombre de la empresa	
Dirección	
Nombre del Contacto	
Cargo	
Email	
Teléfono-Celular	

Tabla 3Datos de la empresa o Institución

Descripción del trabajo y logros significativos del practicante

Tabla 4Descripción del trabajo y logros significativos del practicante

FIRMA DEL COORDINADOR _____



FECHA _____

ANEXO B: INSCRIPCIÓN MODALIDAD DE GRADO

Nombre del estudiante	Documento de Identidad	Facultad	Nivel	Semestre

Modalidad de Grado			
Práctica Empresarial		Judicatura	
Práctica Investigativa		Ejercicio Profesional	
Trabajo de Grado		Pasantía	
Semestre Académico		Consultorio	
Practica de Emprendimiento		Práctica Social	

Tabla 5 Modalidad de grado

FIRMA DEL ESTUDIANTE _____

FIRMA DEL DECANO(A) _____

FECHA _____



ANEXO C: EVALUACIÓN DEL JEFE INMEDIATO

Facultad:	
Nombre de la Empresa:	
Estudiante Practicante:	C.C.
Cargo Desempeñado:	
Superior Inmediato:	
Nombre del Asesor:	

Tabla 6 Evaluación del jefe inmediato

Por favor, en cada pregunta marcar con una X una sola respuesta, aquella que mejor refleje el resultado observado durante el periodo de realización del Semestre de Práctica Empresarial:

1. EVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE

Los conocimientos del estudiante con respecto al tema de la práctica

Le permitieron un aporte dinámico y creativo	
Eran estrictamente los necesarios	
Eran suficientes frente a lo que se requiere en la profesión	
Eran muy insuficientes e impidieron el logro de los objetivos	

Tabla 7 Conocimientos del estudiante con respecto al tema de la práctica

Sobre la iniciativa y recursividad del estudiante en el trabajo

Demostró capacidad para plantear y resolver problemas	
Interpretó bien las indicaciones que se le dieron	
Su falta de iniciativa obstaculizó el logro de objetivos	

Tabla 8 Iniciativa y recursividad del estudiante en el trabajo



El rendimiento del estudiante en su trabajo

Fue notable, demostró rápidos progresos	
Fue el que se esperaba normalmente en su practica	
Fue un poco difícil que lograra un buen nivel	
Afectó el buen desarrollo del trabajo	

Tabla 9Rendimiento del estudiante en su trabajo

La organización del estudiante en su trabajo

Fue notoriamente buena	
Se adaptó a los niveles normales de la empresa	
Demostró deficiencias corregibles	
Fue obstáculo grave para el logro de objetivos	

Tabla 10Organización del estudiante en su trabajo

Relaciones interpersonales y comunicación: Agrega una valoración en cada uno de los enunciados de acuerdo a tu criterio personal.

ENUNCIADO	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
Mantiene una postura adecuado frente al diálogo					
Emplea una entonación de voz adecuada al hablar					
Comunica lo que siente y piensa de manera oportuna y respetuosa					
Reacciona adecuadamente al emplear algún correctivo					
Asume compromisos para resolver dificultades					

Tabla 11Relaciones interpersonales y comunicación

2. EVALUACIÓN DEL PROCESO DE PRÁCTICA



El trabajo del estudiante

Dio un aporte práctico y valioso para la empresa	
Es necesario complementarlo para que se aplique	
Es un aporte teórico bueno	
No tiene ninguna aplicación en la empresa	

Tabla 12 Trabajo del estudiante

Sobre el trabajo realizado se puede decir que

Fue un aporte novedoso a los procesos de la empresa	
Fue un desarrollo previsto desde tiempo atrás, que aún no se había realizado	
Fue un trabajo rutinario pero que no se había tenido el tiempo para hacerlo	
Fue un trabajo complementario rutinario	

Tabla 13 Sobre el trabajo realizado se puede decir que

La asesoría brindada por la Universidad

Fue un aporte sustancial para el desarrollo del trabajo	
Constituyó un aporte útil para el estudiante	
El asesor hizo presencia en la Empresa	
No estuvo de acuerdo con las expectativas de la empresa	

Tabla 14 Asesoría brindada por la Universidad



Nota global de desempeño del estudiante

Superior	5	
Alto	4	
Básico	3	
Bajo	2	
Mínimo	1	

Tabla 15 Nota global de desempeño del estudiante

Sugerencias para la Universidad

¿Contrataría al estudiante? SI____NO____

¿Por qué?:

FIRMA JEFE INMEDIATO _____

FECHA _____



ANEXO D: INFORME DE VISITA A EMPRESA O INSTITUCIÓN

Programa:	
Nombre de la Empresa:	
Estudiante Practicante:	C.C.
Cargo Desempeñado:	
Superior Inmediato:	
Nombre del Asesor:	

Tabla 16 Informe de visitas a empresas o instituciones

Diligencie la información de las visitas realizadas.

FECHA	HORA DE INICIO	HORA DE FINALIZACIÓN	UBICACIÓN DE LA EMPRESA	BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS TEMAS TRATADOS EN LA SESIÓN.

Tabla 17 Información de las visitas

Relacione los siguientes datos de las personas con las que se reunió en cada una de las visitas realizadas al centro de práctica.

NOMBRE	CORREO ELECTRONICO	NÚMERO DE CONTACTO	CARGO

Tabla 18 Datos de las personas asistentes a las visitas



Referencias

Rewardly, I. (2011-2017). *Streak CRM in your inbox*. Obtenido de <https://www.streak.com/sales-crm-inside-google-gmail>

FAJITEX, S. (2015). *Manual de capacitacion de induccion asesores punto de venta*. Medellin: Version 2.

Exportaciones, D. d. (2017). *Base de datos Feria las Vegas, NY*. FAJITEX,SAS.

Siebel, T. M. (2001). *Principio del E-business*. Barcelona: Ediciones Granica, SA.