

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Informe de Práctica Empresarial Comertex S.A.S

Paola Andrea Morales Morales

**Informe de Práctica Presentado como Requisito para optar por el Título de Profesional en
Negocios Internacionales**

Director

Jemmy Paola Quintero Vega

Especialista en Marketing y Ventas

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2017

Tabla de contenido

	Pág.
1. Justificación	8
2. Objetivos	9
2.1 Objetivo General	9
2.2 Objetivos específicos	9
3. Perfil de la empresa.....	10
3.1 Razón social	10
3.2 Objeto Social de la empresa.....	10
3.3 Misión de la empresa	10
3.4 Visión de la empresa.....	10
3.5 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato de la empresa.....	11
3.6 Organigrama de la empresa	11
3.7 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa.....	11
4. Cargo y funciones asignadas.....	12
4.1 Cargo.....	12
4.2 Funciones asignadas.....	12
4.2.1 Vitriñas comerciales I - 2017.....	14
4.2.2 IV Showroom de proveedores COTELCO	19
4.2.3 CREATEX, 1er salón de la industria textil y de confección	22
4.2.4 Cúcuta Moda 2017 – Corpomoda.....	25
4.2.5 Colombiamoda 2017.....	27

4.2.6 Estudio de mercado para línea hogar	28
4.2.7 Análisis de resultados trimestrales.....	30
4.2.8 Seguimiento a representantes de ventas.....	33
4.2.8 Seguimiento a proyección de ventas.....	33
5. Aporte realizado a Comertex	34
6. Conclusiones	36
Apéndices.....	37

Lista de figuras

	Pág.
<i>Figura 1.</i> Organigrama de Comertex.....	11
<i>Figura 2.</i> Imagen publicitaria del evento “Vitrina Comercial”.....	15
<i>Figura 3.</i> Base de datos elaborada con la asistencia tomada en cada una de las “vitri- nas comerciales”.....	17
<i>Figura 4.</i> Formato consolidación de ventas por ciudad.....	17
<i>Figura 5.</i> Fotografía “vitrina comercial” en Bogotá, realizada por Comertex.	18
<i>Figura 6.</i> Fotografía vitrina comercial en Cúcuta, realizada por Comertex.	18
<i>Figura 7.</i> Fotografía de las muestras de las telas y diseños que vende Comertex exhibidas en la vitrina comercial.	19
<i>Figura 8.</i> Invitación enviada a los clientes para asistir al IV showroom de proveedores Cotelco.	20
<i>Figura 9.</i> Pantallazo de base de datos creada para Comertex con posibles nuevos clientes.	21
<i>Figura 10.</i> Fotografía de expositores de Comertex en el IV showroom de proveedores (Carlos Díaz, Paola Morales, Carlos Jurado).....	21
<i>Figura 11.</i> Fotografía Stand de Comertex en el IV showroom de proveedores organizado por Cotelco.....	22
<i>Figura 12.</i> Invitación diseñada por Comertex, enviada a través de mailing y publicada en redes sociales.....	24
<i>Figura 13.</i> Pantallazo de email enviado a los clientes invitándolos a participar del evento “Createx”.....	24

<i>Figura 14.</i> Fotografía del equipo expositor de Comertex en Createx (Representantes de ventas de Bogotá, subgerentes de Bogotá y Cali, gerente comercial y practicante de mercadeo).	25
<i>Figura 15.</i> Stand de Comertex en Createx.....	25
<i>Figura 16.</i> Imagen publicitaria Cúcuta Moda 2017.....	26
<i>Figura 17.</i> Stand de Comertex en Cúcuta Moda 2017.	27
<i>Figura 18.</i> Parte de la consolidación y resultados obtenidos en el evento.	27
<i>Figura 19.</i> Fotografía de los productos que se observaron en el mercado y que Comertex podría adquirir para ampliar la línea de hogar.	30
<i>Figura 20.</i> Tabla elaborada con cifras del primer semestre del 2017.....	32
<i>Figura 21.</i> Tabla elaborada con algunos indicadores para analizar el entorno macroeconómico.	32
<i>Figura 22.</i> Pantallazo de la presentación de power point elaborada para la reunión con análisis de resultados del I trimestre del año 2017.	32
<i>Figura 23.</i> Pantallazo de control y seguimiento a indicador “capacidad de clientes activos a crédito” por vendedor.	33
<i>Figura 24.</i> Pantallazo del seguimiento diario a la proyección de ventas para el mes de julio.	34
<i>Figura 25.</i> Formato para control y seguimiento de captación de clientes nuevos en los eventos.	35

Lista de Apéndices

	Pág.
Apéndice A. Formato elaborado para consolidación de ventas, control de gastos y asistencia a las Vitrinas comerciales organizadas por Comertex.	37
Apéndice B. Formato de cotización enviado a los visitantes en el 4 Show room de proveedores organizado por Cotelco.	37
Apéndice C. Formato utilizado para consolidación de ventas y resultados obtenidos en Createx 2017.....	37
Apéndice D. Formato elaborado para consolidación de ventas y resultados obtenidos en Cúcuta Moda 2017.	37
Apéndice E. Documento para seguimiento mensual de indicador “Capacidad de clientes activos a crédito” por cada representante de ventas.....	37
Apéndice F. Informe de cifras detalladas con resultados del primer trimestre del 2017.....	38
Apéndice G. Formato para seguimiento diario de la proyección de ventas y entrada de mercancía para el mes de Julio.....	38
Apéndice H. Formato diseñado para el seguimiento de clientes y bases de datos obtenidas en eventos y ferias.	38

Introducción

El presente trabajo establece un informe detallado de las funciones, actividades y experiencias obtenidas durante la práctica empresarial, como modalidad de grado, realizada en la empresa Comertex S.A.S., ubicada en la Zona Franca Santander.

Esta compañía, dedicada a la comercialización de productos textiles, ha logrado posicionarse entre las 5 empresas más grandes de Colombia (dentro de este sector), durante los últimos 40 años, tiempo que lleva funcionando en el país.

En este documento se muestra una breve descripción de las generalidades de la empresa y las funciones establecidas como practicante del Departamento de Mercadeo, relacionadas principalmente a la organización y logística de los eventos y ferias en las que Comertex ha participado a nivel nacional e internacional, realización de estudios de mercado para ampliar la línea de productos, y apoyo en las actividades y tareas del área comercial.

Es oportuno mencionar que esta experiencia de práctica empresarial es de gran contribución para el desarrollo profesional y personal, ya que enriquece los conocimientos obtenidos en la Facultad de Negocios Internacionales y nos permite a los estudiantes familiarizarnos más de cerca con el mundo laboral que nos aguarda.

1. Justificación

La experiencia de realizar práctica empresarial y escogerla a través de las diferentes opciones de grado que ofrece la universidad Santo Tomas de Aquino, fue la mejor opción, ya que es la más completa para ampliar los conocimientos adquiridos en la facultad de Negocios Internacionales, aplicando temas referentes a mercadeo, área en la cual se escogió hacer énfasis.

La elección de práctica profesional, nos permite durante un periodo de seis meses, adquirir conocimientos, habilidades y destrezas que contribuyen significativamente al desarrollo como profesionales idóneos. Adicionalmente, nos permite conocer y tener una visión más a fondo de la profesión que elegimos y como ésta se desarrolla en el mundo laboral, lo que nos representa valor agregado para la formación académica.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Fortalecer los conocimientos de mercadeo adquiridos durante el programa de Negocios Internacionales en el sector empresarial, aplicando conocimientos específicos que permitan cumplir con las tareas y roles asignados por la empresa con tendencia a mejorar la situación de la misma.

2.2 Objetivos específicos

- Poner en práctica y fortalecer los conocimientos teóricos adquiridos en el transcurso del programa académico.

- Diseñar estrategias de mercadeo para aumentar las ventas.
- Identificar oportunidades de nuevas líneas de producto.
- Dar soporte y seguimiento a las estrategias comerciales entabladas por la gerencia comercial.

3. Perfil de la empresa

3.1 Razón social

COMERTEX S.A.S

3.2 Objeto Social de la empresa

Adquirir, importar, fabricar, transformar, distribuir y vender toda clase de productos textiles y tela aramida 100%.

3.3 Misión de la empresa

“Somos una organización que realiza actividades productivas y rentables que apuntan a la satisfacción de necesidades básicas, facilitando el desarrollo de nuestros colaboradores, superando las expectativas de nuestros clientes y proveedores, respondiendo a los objetivos de los accionistas y contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad”. (Comertex, 1974).

3.4 Visión de la empresa

“En el año 2016 continuaremos siendo protagonistas en la comercialización de productos textiles en Colombia y en el 2018 seremos protagonistas en el mercado internacional, brindando a

proveedores y clientes una infraestructura moderna para la comercialización de sus productos y servicios”. (Comertex, 1974).

3.5 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato de la empresa.

- Dirección: Km 4. Anillo vial. Edificio Baiachalá, 5to piso, Zona Franca Santander.
- Jefe Inmediato: Edgar Enrique Peña Torres
- Cargo: Gerente Comercial
- Teléfono: 6760000 ext. 206 – 3138298953
- Correo electrónico: edgar@comertex.com.co

3.6 Organigrama de la empresa

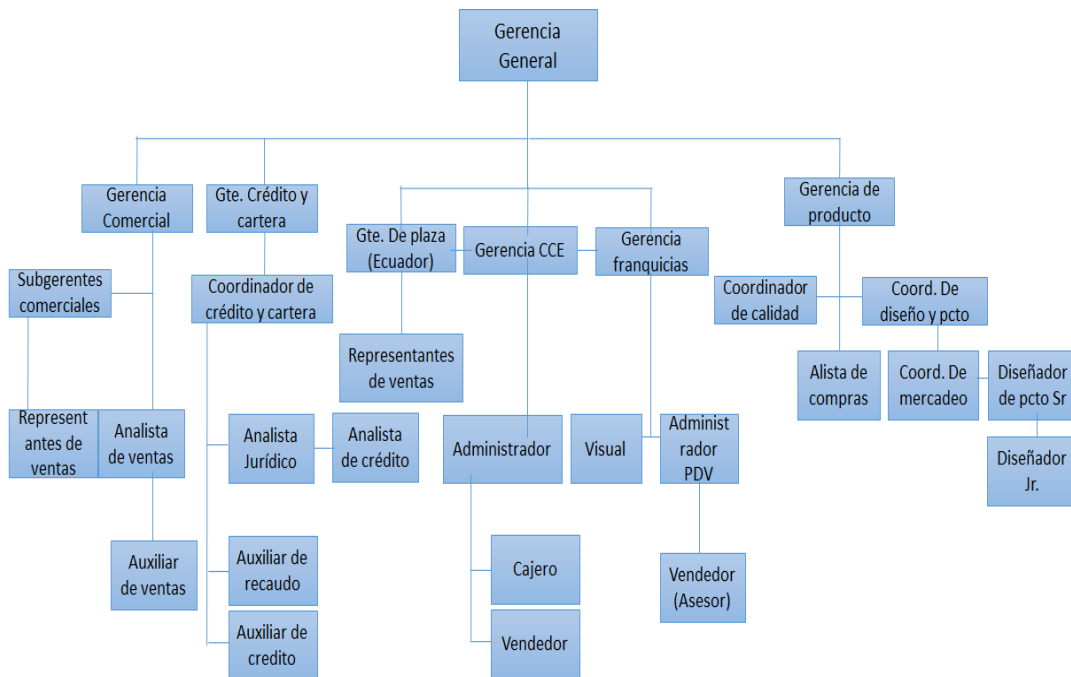


Figura 1. Organigrama de Comertex

3.7 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

Comercializador de productos, tales como:

Fibras textiles

- Fibras sintéticas: Polyester

Insumos

- Insumos para la industria textil

Telas

- No tejidos: entretelas, polybon, laminas.
- Tejido de punto: deportivas, malla, perchados, blonda, punto sencillo, doble punto, preteñido, spandex-elastane.
- Tejido plano: género, lonas, popelina, toalla, pana corduroy, índigo, driles, telas inteligentes, lino, pantalonerías, satín, telas BPT.

Uso final: masculino, industrial, femenino, junior, infantil, bebé, exterior, interior, deportivo, hogar.

4. Cargo y funciones asignadas

4.1 Cargo

Practicante universitaria del departamento de mercadeo.

4.2 Funciones asignadas.

Son funciones del practicante de Mercadeo:

1. Función No. 1: Organización y logística de eventos

- Asignar el lugar para el desarrollo de eventos (vitrinas comerciales) realizados por la empresa.

- Realizar la debida inscripción para la participación en ferias organizadas por distintas entidades, tales como Inexmoda, Corpomoda y cámaras de comercio.
 - Llevar control de gastos y presupuestos asignados para todas las actividades desarrolladas por el área de mercadeo.
 - Organizar el portafolio de productos que se ofrecen y exhiben en los eventos y ferias.
 - Crear bases de datos en cada una de los eventos con el fin de hacer nuevos contactos, hacer nuevas alianzas e incrementar los clientes activos de la empresa.
 - Consolidar y verificar las ventas alcanzadas, para un posterior informe sobre resultados a gerencia comercial, haciendo el debido cálculo de costos y gastos en los que se incurre y la utilidad real obtenida para la empresa.
 - Convocatoria de empresas, ya sean clientes o no, aplicando estrategias de mercadeo como mailing, invitaciones personalizadas, publicaciones en redes sociales y llamadas.
2. Función No. 2: Estudio de mercado enfocado a la línea hogar
- Detectar tendencias actuales en el mercado, enfocado en la línea de productos de hogar, identificando materias primas y composición de los productos, precios de venta, colores y marcas predominantes.
 - Realizar informe con la debida información al departamento de compras para evaluar los resultados y las ofertas que se tienen por parte de algunos proveedores.
3. Función No. 3: Apoyo a la gerencia comercial
- Investigación de datos macroeconómicos proporcionados por entidades confiables, que influyen directa o indirectamente en la actividad de Comertex.

- Realizar informes solicitados por la gerencia comercial respecto a resultados en ventas e indicadores por cada vendedor, unidad estratégica de negocio y segmento con el fin de evaluar y tomar posteriores decisiones de mejora.
- Hacer constante seguimiento a los indicadores con los que se evalúan a los representantes de ventas.
- Seguimiento diario a las proyecciones de ventas para cumplimiento de meta mensual.

4.2.1 Vitrinas comerciales I - 2017

Con el fin de fortalecer las ventas y dar a conocer todo el portafolio de productos, telas y nuevos diseños, Comertex organiza, a inicio de cada año, eventos en las ciudades donde tiene mercado tanto en Colombia como en Ecuador. Este evento denominado anteriormente “café de negocios”, y a partir de este año “vitrina comercial”, es completamente gratuito y va dirigido a todo los clientes activos e inactivos de Comertex.

Con la base de datos de los clientes se realizó la invitación para la asistencia al evento a través de mailing, llamadas telefónicas, WhatsApp, tarjetas de invitación físicas e imágenes publicitarias en redes sociales.

A continuación doy a conocer la imagen publicitaria elaborada por el grupo de diseño.



Figura 2. Imagen publicitaria del evento “Vitrina Comercial”.

Estos eventos fueron programados en 7 ciudades de Colombia y en 3 de Ecuador en los cuales, tuve la oportunidad de asistir a todos los eventos organizados a nivel nacional.

Las vitrinas comerciales fueron realizadas en las siguientes ciudades, fechas y lugares.

Colombia:

- Bogotá: febrero 9 – Hotel Macao
- Ibagué: febrero 10 – Hotel Casa Morales
- Cúcuta: febrero 14 – Hotel Arizona Suites
- Barranquilla: febrero 16 – Hotel Howard Johnson
- Medellín: febrero 21 - Hotel TRYP
- Pereira: marzo 7 – Hotel Castilla Real
- Cali: marzo 9 – Hotel City Express Plus

Ecuador:

- Pelileo: abril 3 – Hotel Emperador
- Quito: abril 04 – Procolombia, edificio torre Boreal

- Guayaquil: abril 06 – Hotel Ramada del Malecón

Al finalizar cada vitrina comercial fue necesario recopilar y consolidar las ventas alcanzadas en los eventos. Los vendedores tuvieron que enviar su reporte comercial y ventas realizadas para consolidarlas y hacerles una verificación. Y por último, se pasó cada reporte a gerencia.

Después de terminados los eventos en todas las ciudades, se presentó un resultado final junto con todas las demás actividades realizadas. Allí mismo se verificó que cada pedido reportado se haya efectuado realmente para saber la venta total generada. Con esto se calculó cuánto fue el margen de rentabilidad, la utilidad bruta, y teniendo en cuenta los gastos, se supo la utilidad operacional.

En el desarrollo de estos eventos se evidenció la alta participación por parte de los clientes de la empresa, inclusive, en algunas ciudades la asistencia fue más alta que la registrada en años anteriores. El hecho de realizar el evento en cada una de las ciudades en las que se tiene mercado y clientes ayuda a que la imagen de Comertex crezca contribuyendo a su posicionamiento en cada una de estas.

- Actividades desarrolladas como practicante para la organización de las vitrinas comerciales.
 1. Asignación de lugar para el desarrollo de cada uno de los eventos.
 2. Control de gastos y presupuesto para el desarrollo de los eventos.
 3. Invitación a cliente a través de mailing, entrega de invitaciones físicas, llamadas telefónicas y WhatsApp.
 4. Creación de base de datos con asistentes.
 5. Organización del salón, muestras, souvenirs y elementos necesarios para el desarrollo de los eventos.
 6. Toma de asistencia.

7. Consolidación de ventas realizadas por los vendedores para posterior análisis e informe a Gerencia Comercial.

A continuación, doy a conocer parte del formato utilizado durante los eventos, elaborados para la creación de base de datos y la consolidación de ventas y resultados obtenidos.

NOMBRE	RAZON SOCIAL	NIT	E-MAIL	DEPARTAMENT	CIUDAD	TELEFONO
Oscar Calderon	Hrios S.AS	900580588-1	h.rios88@hotmail.com	Distrito Capital	Bogota	2782008
Yina Chabarro	Latinoamericana de la mo	900214967-0	latinodelamoda@hotmail.com	Distrito Capital	Bogota	2865314
Gustavo Segura	independiente	79390353	tavitosegura@gmail.com	Distrito Capital	Bogota	3106912067
Luis Enrique garzon	independiente	794254	luisegarzonramirez@hotmail.com	Distrito Capital	Bogota	3202780763
Pedro Nel ballen	texano jean	830142354-2	pedrotexano@hotmail.com	Distrito Capital	Bogota	3114318427
Fernando Montoya	Fernando Montoya	93415920	fernandomontoyamejia@hotmail.com	Distrito Capital	Bogota	3112715404
Jenny Marin	quirurjicos alfa s.a.s	900995101-1	susministros.qa@hotmail.com	Distrito Capital	Bogota	2922690
Bairon Acosta	bytos jean s.a.s	900409863-1	bytos1@yahoo.es	Distrito Capital	Bogota	3176589043
Diana Gonzales Franco	patrones moda	900329881-0	gerencia.patronesmoda@gmail.com	Distrito Capital	Bogota	7023771
sandra otalora	farenhit	3232981	farenhitjeans@hotmail.com	Distrito Capital	Bogota	3132872526
franklin alfonzo	flanklin nadir alfonzo	9395617-1	suministros.qa@hotmail.com	Distrito Capital	Bogota	3134028034
Norha Stella Rodriguez	Norha Stella Rodriguez	51784082-3	norha.stella8@gmail.com	Distrito Capital	Bogota	3002033325
Angela Maria Perdomo	casa del estudiante	36384997	angelaperdomo@hotmail.com	Distrito Capital	Bogota	3112316204
Argemiro pereira	mas dotaciones y CIA	830016231-6	masdotacionesyacia@gmail.com	Distrito Capital	Bogota	108116860-4200974
silvia valenzuela	creaciones uva	63552183	pamevalega@gmail.com	Distrito Capital	Bogota	3123465389
uriel cardona	jose uriel cardona	19058931	no maneja correo	Distrito Capital	Bogota	7179014
Rolf polanco	rolf jeans and boogs	79748870-1	polankrolf@gmail.com	Distrito Capital	Bogota	3138009067
Edgar gutierrez yañez	camila	13457136-2	inversionesegy@gmail.com	Distrito Capital	Bogota	3138441057

Figura 3. Base de datos elaborada con la asistencia tomada en cada una de las “vitriñas comerciales”.

RV	NIT	RAZON SOCIAL	SEGMENTO	No. PEDIDO	REFERENCIA	METROS	TOTAL ANTES DE IVA
ZANDRA CORTEZ	900800849	INVERSIONES AS MODA	MASCULINO	71208741	ENTRTELA	600	\$ 3.007.368,00
ZANDRA CORTEZ	900267979	COMERCIALIZADORA ACOUSTIC	MASCULINO	71208716	INDIGO DANTE	2800	\$ 19.162.170,00
ZANDRA CORTEZ	19058931	JOSE URIEL Florez	MASCULINO	71208744	popelina superior	575	\$ 2.737.957,95
ZANDRA CORTEZ	91156826	Iusbin luna	FEMENINO	71208768	DRIL SEVILLA	303	\$ 2.020.464,00
ZANDRA CORTEZ	800090919	Sayme	MASCULINO	71208783	camisero	514	\$ 2.824.034,22
ZANDRA CORTEZ	80002065	fabio medellin	FEMENINO	71208785	Indigo	300	\$ 2.330.710,20
ZANDRA CORTEZ	800090919	Sayme	MASCULINO	71208790	camisero caracoli	500	\$ 2.747.115,00
ZANDRA CORTEZ	900217824	Lpq mundo de confecciones	infantil	71208787	Popelina SUPERIOR	1500	\$ 6.795.495,00
ZANDRA CORTEZ	900267979	comercializadora Acoustick	MASCULINO	71208808	Indigo danubio	5000	\$ 38.074.050,00
ZANDRA CORTEZ					TOTAL		\$ 79.699.364
SANDRA LUCIA GALEAN	900995161	QUIRURGICOS ALFA SAS	QUIRURGICOS	7134151	TELA NO TEJIDA 217 DE 30 GRS SMS	60.000	\$ 40.620.000,00
SANDRA LUCIA GALEAN	900202797	INDUSTRIAS MEDICAS ALFA	QUIRURGICOS	7134152	TELA NO TEJIDA 217 DE 30 GRS SMS	60.000	\$ 42.000.000,00
SANDRA LUCIA GALEAN	900202797	INDUSTRIAS MEDICAS ALFA	QUIRURGICOS	71208798	CAMISERO CEDRO 100% ALG	3.050	\$ 12.200.000,00
SANDRA LUCIA GALEAN	900202797	INDUSTRIAS MEDICAS ALFA	QUIRURGICOS	71208796	TELA NO TEJIDA 27 GRY POLYBONES DE	10.000	\$ 7.150.000,00
SANDRA LUCIA GALEAN	46377122	DIANA CAROLINA SALAMANCA	QUIRURGICOS	71208742	POLYBON CORAL Y TURQUESA	600	\$ 678.300,00
SANDRA LUCIA GALEAN	860010641	CONFECCIONES BIG JOB	DOTACION	71208680	DRIL IGNIFUGO	25	\$ 725.000,00
SANDRA LUCIA GALEANO					TOTAL		\$ 103.373.300,00
OSCAR RINCON	900830989	NOTELA	MINORISTA	71208832	110 GR NEGRO Y27 GR BLANCO	600	\$ 1.883.193,28
OSCAR RINCON	20314123	ALICIA PULIDO DE HERNANDEZ	MINORISTA	71208824	GENERO JAZMIN 300 HILOS	200	\$ 2.600.000,00
OSCAR RINCON	20314123	ALICIA PULIDO DE HERNANDEZ	MINORISTA	71208825	GENERO MENTA TEÑIDOS	1600	\$ 8.639.495,80
OSCAR RINCON	80124653	RODOLFO ARIZA	MINORISTA	71208822	POLYBON	600	\$ 597.000,00
OSCAR RINCON	79639434	OSCAR MARTINEZ	MINORISTA	71208823	POLYBON 40GR BLANCO	1200	\$ 600.000,00
OSCAR RINCON	830045842	CONTINENTAL TRADE	MINORISTA	71208830	POLYBON 60GR	300	\$ 285.000,00
OSCAR RINCON	20314123	ALICIA PULIDO DE HERNANDEZ	MINORISTA	71208881	CAMISERO CARACOLI 2020-2029	630	\$ 3.375.630,25

Figura 4. Formato consolidación de ventas por ciudad.

- Registro fotográfico



Figura 5. Fotografía “vitrina comercial” en Bogotá, realizada por Comertex.



Figura 6. Fotografía vitrina comercial en Cúcuta, realizada por Comertex.



Figura 7. Fotografía de las muestras de las telas y diseños que vende Comertex exhibidas en la vitrina comercial.

4.2.2 IV Showroom de proveedores COTELCO

La agremiación que asocia y representa a los empresarios de la industria hotelera y turística del departamento, para mejorar su competitividad y sostenibilidad, desarrolló la cuarta versión del Showroom de proveedores.

El evento fue realizado por Cotelco, en la Librería Panamericana, el día 26 de Abril desde las 9:00 a.m hasta las 5:00 p.m., y contó con la participación de más de 20 proveedores del sector hotelero y turístico nacional. Así mismo, se calculó que hubo una asistencia de más de 300 personas, como dueños de hoteles y pequeños hostales en busca de empresas que pudieran mostrarles nuevos portafolios de servicios, mejores precios, y las últimas tendencias del sector.

La participación de Comertex en este evento se realizó a cargo del practicante del departamento de mercadeo con el apoyo de dos representantes de ventas de la ciudad, con el fin de conseguir contactos y realizar nuevas alianzas en ese sector tan importante hoy en día como lo es el turístico.

Con el desarrollo de este evento, se consiguió una base de datos de 35 hoteles, en su mayoría, pequeños y medianos, provenientes principalmente de Bucaramanga, San Gil, y Barichara. Con esta base de datos se logró contactar a la mayoría de hoteles a los cuales se les facturó y a otros se les dio a conocer el portafolio de productos para negocios futuros.



Figura 8. Invitación enviada a los clientes para asistir al IV showroom de proveedores Cotelco.

4.2.2.1 Actividades desarrolladas como practicante para la organización del evento

- Inscripción al evento.
- Creación del portafolio de productos a ofrecer.
- Organización del stand y muestras necesarias para la exhibición.
- Creación de base de datos con posibles nuevos clienteS y futuras alianzas.
- Supervisión a los representantes de ventas.
- Dar seguimiento a los vendedores en el proceso de contactar a los hoteles.
- Entrega de informe a gerencia comercial sobre el desarrollo del evento.

A continuación, se muestra el formato con base de datos obtenida en el showroom de proveedores y algunas fotos.

 **4 SHOWROOM DE PROVEEDORES - COTELCO 2017**

NOMBRE	RAZON SOCIAL	NIT	E-MAIL	TELEFONO	SOLICITUD
gustavco aldana	agora suites	bogota	gustavoaldanar@hotmail.com	3015482952	carlos giovanni
maria patricia avcedo	hotel terra	barichara	terraempresarial@gmail.com	3114526168	carlos diaz
Ricardo quijano	punta diamante	bucaramanga	coordinadorhpd@gmail.com	3103210393	carlos giovanni
Jeeny leon	hotel ruitoque	bucaramanga			Carlos diaz
javier CRISTANCHO		san gil	gerencia@hotelruitoque.com	3173006202	Carlos diaz
Gilma johANNA CRISTANCHO	hotel puerta del sol	bucaramanga	HOTEL.LAPUERTADEL SOL@gmail.com	3103414238	Carlos diaz
Durlandi Amaya	Aqui me quedo Hotel	lebrija santander	aquimequedo_501@hotmail.com	3164589627	carlos diaz
Luis Carlos sarmiento	Hotel principe	bucaramanga	gerente@hotelprincipe.com	3052932356	carlos diaz
Leonor rodriguez ardila	santander al extremo	bucaramanga	info@santanderalextremo.com	3164731847	carlos giovanni
Gerardo Norato	Sangil travel	bucaramanga	sangil.travel@hotmail.com	301271002	carlos giovanni
mery salgado	Hotel San Silvestre	barrancabermeja	administrativo@hotelsa.com	3138172062	carlos diaz
sonia gelvez	HOTEL SAN JOSE PLAZA	BUCARAMANGA	gerencia@hotelsanjosee.com	6445500	carlos diaz
Javier Gordon	hotel valle real, country cabecera	bucaramanga	gerentecomercial@hotelcabecera.com	3102656429-643	carlos diaz
laura gonzales		bucaramanga	reservas@hotelmivallere.com	6340054	carlos diaz
jaqueline chavez y jerson diaz	hotel tryp	bucaramanga	manttotrypbga@oxohotel.com	3102656429-643	carlos giovanni
Cristina Rueda	hotel Santos de Piedra	barichara	hotelsantosdepiedra@hotmail.com	3208866665	carlos diaz
Maria Toloza	casa del viento	zapatocha	mariacristy@hotmail.com	3188199965	carlos diaz
Edelmira Rodriguez-rito sepulveda	Hoteles Dann	bucaramanga	rito.sepulveda@hotelesdann.com	6431919	Carlos giovanni
Ronald chiquillo cadena	HOTEL PALMERA REAL-TERMINARL DE TRAN	bucaramanga	administracioni@hotelpalmera.com	6378000	carlos giovanni
Natalia Rangel	hacienda san miguel de la prada	mesa de los santos	ha.sanmigueldelaprada@gmail.com	3005533213	carlos giovanni
inhana acelas	hotel leon dorado	bucaramanga			carlos giovanni

Figura 9. Pantallazo de base de datos creada para Comertex con posibles nuevos clientes.



Figura 10. Fotografía de expositores de Comertex en el IV showroom de proveedores (Carlos Díaz, Paola Morales, Carlos Jurado).



Figura 11. Fotografía Stand de Comertex en el IV showroom de proveedores organizado por Cotelco.

4.2.3 CREATEX, 1er salón de la industria textil y de confección

La feria CREATEX fue realizada por la Cámara Colombiana de la confección y afines y Corferias, como plataforma de conocimiento y proveeduría de bienes y servicios más relevantes del país, dirigida a pequeños, medianos y grandes empresarios de la industria textil.

Éste se llevó a cabo en Corferias, Bogota, desde el día 30 de mayo hasta al 1 de junio, en donde el público visitante encontró soluciones desde la consecución de insumos y maquinaria, hasta los servicios requeridos para la fabricación del producto terminado.

Esta feria contó con expositores y visitantes que cumplieron un perfil específico. Entre los expositores se encontraron medianos y pequeños empresarios productores de hilos y telas, proveedores de maquinaria y tecnología, y proveedores de servicios especializados. Entre los visitantes se encontraron, micro, pequeños y medianos confeccionista con necesidades de compra de telas, hilos, maquinaria, insumos y servicios transversales.

4.2.3.1 Actividades desarrolladas por el practicante para la organización del evento.

- Inscripción y registros necesarios para el ingreso de las muestras y mercancía a Corferias (declaraciones de importación).
- Organización de muestra y portafolio a exhibir y su montaje en el evento.
- Elaboración de base de datos con los clientes seleccionados para obsequiar entradas.
- Convocatoria de clientes por correo electrónico y llamadas telefónicas.
- Consolidación y verificación de ventas efectivas realizadas por los vendedores.
- Elaboración de informe a la gerencia general con resultados finales.
- Recopilación de datos de todos los clientes que visitaron nuestro stand.

A continuación hago muestra de la invitación diseñada por Comertex, que fue publicada en redes sociales y enviada por email a los clientes, e igualmente se expone el registro fotográfico del evento.



Figura 12. Invitación diseñada por Comertex, enviada a través de mailing y publicada en redes sociales



Figura 13. Pantallazo de email enviado a los clientes invitándolos a participar del evento "Createx".



Figura 14. Fotografía del equipo expositor de Comertex en Createx (Representantes de ventas de Bogotá, subgerentes de Bogotá y Cali, gerente comercial y practicante de mercadeo).



Figura 15. Stand de Comertex en Createx.

4.2.4 Cúcuta Moda 2017 – Corpomoda

Cúcuta Moda es una feria impulsada por la Corporación de industriales de la moda de Norte de Santander (Corpomoda), apoyada por la Alcaldía de Cúcuta, la cual va dirigida a todos los

empresarios del sector, especialmente a aquellos pequeños empresarios que no tienen la oportunidad ni la capacidad de participar en espacios como los de Colombiamoda. A pesar de que es una feria en la que sus expositores son en su mayoría pequeños y medianos confeccionistas, Comertex quiso hacer parte de ésta ya que muchos de sus clientes iban a estar participando en la misma, y es fundamental que ellos vean lo importante que son para la empresa. Además, son pocas las empresas de insumos y materias primas que participan en esta feria, lo que nos da una ventaja.

Con el desarrollo de este evento se vio favorecida la imagen de Comertex ante los empresarios y confeccionistas de Cúcuta, ya que, como se mencionó anteriormente, son muy pocas las empresas de insumos y textiles que participan en este evento, lo que contribuyó positivamente a las ventas y al cumplimiento de las expectativas de estas.



Figura 16. Imagen publicitaria Cúcuta Moda 2017.

4.2.4.1 Actividades del practicante para la organización del evento

- Inscripción al evento ante Corpomoda.
- Invitación a los clientes a través de mailing.
- Preparación de muestras a exhibir, montaje y adecuación del stand.
- Suvenirs para los clientes.

- Elaboración de base datos.
- Consolidación de ventas y resultados para informe correspondiente a la gerencia comercial.



Figura 17. Stand de Comertex en Cúcuta Moda 2017.

GyP	\$	margin
Ventas (antes de iva)	\$ 324,702,900	
Costo de ventas	\$ 274,681,502	
Utilidad bruta	\$ 50,021,398	15.41%
Gastos evento	\$ 8,358,710	
Utilidad operacional	\$ 41,662,688	12.83%

Ventas pendientes	\$ 56,000,000
-------------------	---------------

Gastos evento	\$
Hotel	\$ 1,607,000
Viáticos	\$ 1,380,000
Stand (espacio y decoracion)	\$ 4,250,000
Tiquetes	\$ 1,054,460
Otros	\$ 67,250
TOTAL	\$ 8,358,710

Figura 18. Parte de la consolidación y resultados obtenidos en el evento.

4.2.5 Colombiamoda 2017

Como es tradición, Comertex hace parte de este importante evento que tendrá lugar en Medellín del 25 al 27 de Julio, como escenario de intercambio comercial del Sistema Moda de América Latina, la cual cuenta con cerca de 700 marcas expositoras procedentes principalmente de Colombia, Portugal, México, Perú y Brasil, con categorías de producto como casual, jeanswear,

sportwear, infantil, servicios especializados, calzado/marroquinería, joyería/bisutería, hogar e íntimo/beachwear, con cerca de 13.600 compradores de 50 países principalmente de Colombia, Estados Unidos, México y Ecuador. Comertex estará ubicado en Textiles 2-pabellon verde, en el cual estarán expuestas las últimas tendencias de textiles e insumos.

4.2.5.1 Actividades desarrolladas por el practicante hasta el momento.

- Inscripción y documentación para participar en la feria con Inexmoda.
- Registro de las declaraciones de importación para el ingreso y salida de las muestras, y mercancía utilizada para el evento.
- Convocar a clientes por medio de mailing, e invitarlos a participar de la feria y que visiten nuestro stand.
- Organización del portafolio de productos que se exhibirán en el evento.
- Preparar muestras para clientes
- Posterior al evento se realizará el respectivo seguimiento a las ventas realizadas durante la feria y nueva implementación de seguimiento a clientes potenciales.

Con la participación en este evento se busca incrementar las ventas, ampliar nuestras bases de datos con posibles clientes potenciales, dar a conocer todo nuestro portafolio, especialmente las telas y diseño nuevos, y por supuesto, superar las ventas realizadas en el mismo evento del año anterior.

4.2.6 Estudio de mercado para línea hogar

Comertex, además de vender materias primas e insumos, tiene una pequeña línea de producto terminado para hogar en la que se manejan los juegos de sábanas, almohadas, toallas y edredones.

Actualmente se desea ampliar esta línea con artículos que complementen la oferta de ropa de hogar, como las cortinas, manteles, limpiones de cocina, delantales, coge ollas, salidas de baño, entre otros. Es por esta razón que se investigó cuáles eran las tendencias actuales en el mercadeo, a qué precios se estaban ofreciendo estos productos, con qué materiales estaban hechos y qué marcas estaban más posicionadas, y con estos datos poder tomar decisiones sobre ofertas realizadas por algunos proveedores.

Esta investigación se realizó en el Centro de Bucaramanga, sector donde se encuentran los almacenes de Comertex (CEC – Centro empresarial de la confección), y donde hay otros negocios ubicados, que venden este tipo de productos que Comertex quiere acoger a su portafolio. En estos últimos almacenes mencionados se pudo observar qué es lo que se está vendiendo en el mercado, los diferentes precios que manejan y el material del cual están hechos.

En este estudio se identificó que, en cuanto a marcas de cobijas de hilo se venden mucho las de coltejer y fatelares, y en artículos de toalla y de cocina, la marca DECO. En cortinas se evidencio que el material en el que más se venden es en yacar, ya que era la primera que ofrecían al preguntarlas y de la cual tenían más variedad en colores. Dentro de artículos nuevos que se podrían vender para ampliar la línea de hogar se identificaron precios de sets o juegos de baño por tres unidades tipo alfombra, los tapetes antideslizantes para la ducha, salidas de baño o Kimonos para adultos y niños. Para la cocina se identificaron precios de algunos Cogeollas, manijas para abrir la

Nevera, forros de licuadora y limpiones. Con base a todo lo observado y mencionado se pasó el informe al departamento de compras y posteriormente a la gerencia comercial para su evaluación y ejecución.

A continuación adjunto fotos con algunos productos observados en el mercado.

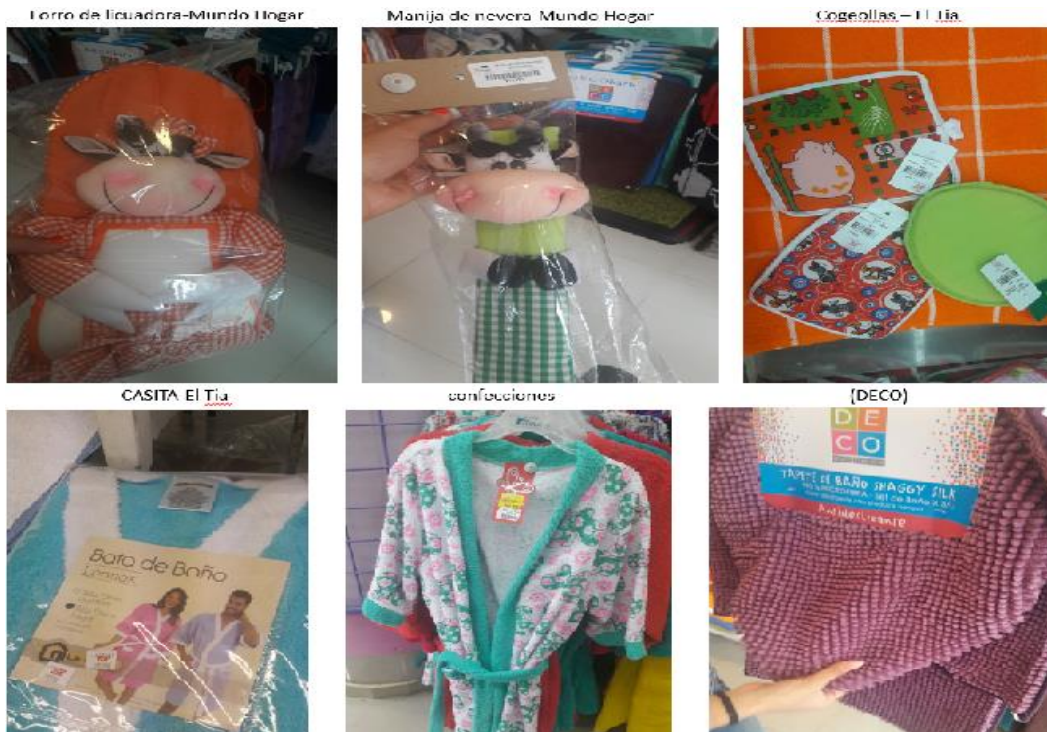


Figura 19. Fotografía de los productos que se observaron en el mercado y que Comertex podría adquirir para ampliar la línea de hogar.

4.2.7 Análisis de resultados trimestrales

Cada tres meses en Comertex se evalúan los resultados de toda la compañía, las ventas totales (comercial, CEC y franquicias), los indicadores, resultados por UEN y por vendedor, con el fin de analizar qué está pasando en el entorno de la compañía acorde a sus resultados, mirar si se ha tenido crecimiento o decrecimiento en comparación con los resultados del año anterior, y finalmente tomar decisiones y acciones de mejora para alcanzar los objetivos y metas propuestas por la compañía.

En abril se organizó la primera reunión con la Gerencia general y comercial, subgerentes y algunos vendedores en la que se les presentó los primeros resultados obtenidos en el primer trimestre del año.

Inicialmente se hizo un análisis macroeconómico de la situación general del país, se analizaron factores e indicadores que influyen de alguna manera sobre el desarrollo de la empresa, pero sobre

los cuales no podemos hacer nada como lo son cambios en la TRM, que afectan directamente el negocio de Comertex, el cual importa todas sus telas. También se analizaron algunos indicadores como la inflación, el crecimiento económico del país y el aumento del IVA, entre otros.

Posterior a este análisis macroeconómico, se analizaron los cumplimientos de meta en ventas, utilidad, margen de rentabilidad y la capacidad de clientes de cada representante de ventas (40 vendedores), cada UEN (Unidad estratégica de negocios) conformadas por confección, minoristas, mayoristas, licitaciones y alianzas, industrial y MNR, y cada ciudad (Bucaramanga, Bogotá, Barranquilla, Medellín, Cúcuta, Ibagué, Cali, Pereira).

Finalizada esta etapa, se procede a la toma de decisiones y acciones de mejora por parte de la gerencia comercial y los demás departamentos que también influyen como el departamento de comercio exterior, crédito y cartera y diseño de producto.

4.2.7.1 Organización

- Citación de todas las personas de las cuales se requería presencia en la reunión.
- Recolección de datos necesarios para el análisis.
- Elaboración de las tablas con datos y presentación para mostrar la información.
- Envío de memorias a los asistentes.
- Comunicación con la Andi para obtención de cifras recientes del sector textil y de la confección.

Ropa de trabajo								
RV	Ppto Vtas	Ventas RV 2017	% Cump. Vtas	Ventas RV 2016	Var.venta 2016-2017	Ppto Utilidad	Total Utilidad RV	% Cump. Utilid
MARTHA CLAUDIA MEDINA SALI	\$ 721	\$ 1.555	215,58%	\$ 893	↑ 74,23%	\$ 119	\$ 268	226,00%
ALEXANDRA VILA BARRIOS	\$ 541	\$ 849	156,98%	\$ 574	↑ 48,08%	\$ 98	\$ 144	146,67%
SANDRA LUCIA GALEANO	\$ 790	\$ 1.187	150,33%	\$ 914	↑ 29,90%	\$ 149	\$ 260	174,40%
EDGAR SOLANO	\$ 468	\$ 547	117,00%	\$ 454	↑ 20,67%	\$ 87	\$ 105	120,90%
SOL MARINA GIRALDO LOAIZA	\$ 705	\$ 804	114,08%	\$ 997	↓ -19,36%	\$ 124	\$ 162	129,90%
INDIRA HURTADO ORTIZ	\$ 582	\$ 570	97,84%	\$ 544	↑ 4,75%	\$ 98	\$ 109	111,59%
CAROLINA COLONIA SANCHEZ	\$ 580	\$ 511	88,11%	\$ 581	↓ -11,97%	\$ 93	\$ 84	90,42%
ANGELICA MARIA BENITEZ MEN	\$ 580	\$ 404	69,69%	\$ 337	↑ 19,84%	\$ 98	\$ 72	73,79%
FREDDY MAURICIO MONTOYA M	\$ 335	\$ 225	67,19%	\$ 337	↓ -33,28%	\$ 57	\$ 35	62,07%
UEN	\$ 5.302	\$ 6.653	125,49%	\$ 5.630	18,2%	\$ 923	\$ 1.239	134,30%

Mayorista								
RV	Ppto Vtas	Ventas RV 2017	% Cump. Vtas	Ventas RV 2016	Var.venta 2016-2017	Ppto Utilidad	Total Utilidad RV	% Cump. Utilid
MARCELA CADENA	\$ 1.103	\$ 1.008	91,45%	\$ 1.175	↓ -14,16%	\$ 156	\$ 155	98,93%

Minorista								
RV	Ppto Vtas	Ventas RV 2017	% Cump. Vtas	Ventas RV 2016	Var.venta 2016-2017	Ppto Utilidad	Total Utilidad RV	% Cump. Utilid
ALBERTO EMILIANO VILLA	\$ 349	\$ 374	107,10%	\$ 429	↓ -12,86%	\$ 66	\$ 74	112,18%
OSCAR RINCON	\$ 453	\$ 361	79,70%	\$ 226	↑ 59,65%	\$ 93	\$ 89	95,56%
JUAN CARLOS BARRERA	\$ 643	\$ 502	78,06%	\$ 576	↓ -12,93%	\$ 126	\$ 101	80,52%

Figura 20. Tabla elaborada con cifras del primer semestre del 2017

VARIABLE	2015		2016		2017	
	I trimestre	Año	I trimestre	Año	I trimestre	Año
TRM (promedio)	\$ 2.469,33	\$ 2.743,39	\$ 3.249,04	\$ 3.050,98	\$ 2.922,47	-
IVA	16%		16%		19%	
Inflacion	2,40%	6,77%	3,55%	5,75%	2,52%	4,69%
Tasa de Interesa BR	4,50%	5,75%	6,50%	7,50%	7,00%	-
Crecimiento economico	2,8%	3,1%	2,5%	2,0%	2,0%	-

Figura 21. Tabla elaborada con algunos indicadores para analizar el entorno macroeconómico.

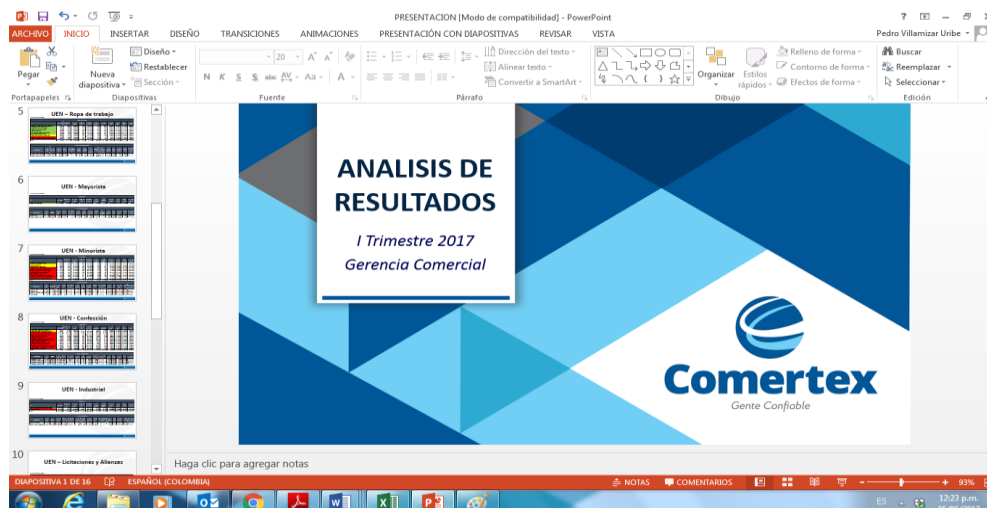


Figura 22. Pantallazo de la presentación de power point elaborada para la reunión con análisis de resultados del I trimestre del año 2017.

4.2.8 Seguimiento a representantes de ventas

En pro del cumplimiento de metas e indicadores por parte de los representantes de ventas, desde el mes de abril se ha venido haciendo constante seguimiento a la Capacidad de clientes activos a crédito, indicador en el cual presentaban más falencia, y la meta es que al mes de septiembre todos tengan en su cartera la cantidad de clientes que les corresponde y para esto es necesario evaluar y hacer seguimiento mes a mes a cada vendedor.

Para esto fue necesario que cada representante de ventas se colocara una meta mensual de captación de nuevos clientes a crédito desde el mes de abril hasta el mes de septiembre, y en base a esta meta puesta por ellos mismos, se les hace el seguimiento al cumplimiento de la misma.

RV	ciudad	sección	# clientes activos a crédito MAYO	# clientes activos a crédito JUNIO	# capacidad de clientes activos a crédito	efectividad en clientes	Compromiso Junio	Clientes Junio		Clientes faltantes a la fecha (1 JULIO)
								Nuevos	Reactivados	
JUAN CARLOS PERNIA	pereira	confeccion	81	82	55	149%		1		-27
MONICA BETANCUR SERRANO	bogota	mnr	43	46	45	102%	2	4	2	-1
CARLOS ALBERTO DIAZ	bucaramanga	Minorista	70	73	70	104%		1	2	-3
SOLANYE YARLEY MARTINEZ FLOREZ	medellin	confeccion	46	46	45	102%	3			-1
CARLOS GIOVANY JURADO	bucaramanga	licitaciones y alianza	4	5	5	100%				0
FREDDY MAURICIO MONTOYA MANRIQUE	pereira	ropa de trabajo	49	50	50	100%	1		1	0
MARCELA CADENA	bogota	mayorista	24	25	25	100%				0
ALBA SALDARRIAGA	medellin	Minorista	44	48	50	96%	1	2	2	2
CAROLINA SALGADO	bogota	Minorista	45	48	50	96%	1	2	1	2
OSCAR RINCON	bogota	Minorista	45	46	50	92%			1	4
AYDE ORTIZ PINILLA	cucuta	confeccion	41	50	55	91%		3	6	5
JUAN CARLOS BARRERA	cucuta	Minorista	52	54	60	90%	3		2	6
ZANDRA PATRICIA CORTES PEÑA	bogota	confeccion	40	40	45	89%	3			5
ANA PAULA CHACON	cucuta	confeccion	40	47	55	85%	3	1	6	8
JUAN CARLOS MONTOYA MANRIQUE	pereira	confeccion	45	47	55	85%	2		2	8
SOL MARINA GIRALDO LOAIZA	medellin	ropa de trabajo	41	42	50	84%	2	1		8
SALOMON MENDOZA	bucaramanga	Minorista	50	50	60	83%	2		1	10
EDINSON OMAR AMADO CONTRERAS	bucaramanga	confeccion	45	45	55	82%	1			10
MARLENE GUTIERREZ LANDAZABAL	bucaramanga	confeccion	43	44	55	80%	2		1	11
CAROLINA COLONIA SANCHEZ	cali	ropa de trabajo	37	39	50	78%	3	2		11

Figura 23. Pantallazo de control y seguimiento a indicador “capacidad de clientes activos a crédito” por vendedor.

4.2.8 Seguimiento a proyección de ventas

Para este mes de julio, la gerencia comercial ha establecido una proyección de ventas de las referencias de colección y consumo frecuente disponibles actualmente en el inventario y teniendo en cuenta el ingreso de mercancía que va a haber durante el mismo mes. Este seguimiento se realiza

diariamente, mirando qué cantidad y valor se ha vendido y si vamos por el camino de lo proyectado, con el fin de cumplir al 100% la meta en ventas.

Codigo2	Referencia	tipo de producto	Inventario	Pick	Julio	Disponible para la venta	venta presupuesta
2000001171332	ANTIFLUIDO COMERTEX TEÑIDO A AZUL REY REF. SY-WP5802	consumo frecuente	2.773,70	0,00	0,00	2.773,70	554,74
2000001171387	ANTIFLUIDO COMERTEX TEÑIDO A BLANCO REF. SY-WP5802	consumo frecuente	0,00	0,00	4.000,00	4.000,00	800,00
2000001171356	ANTIFLUIDO COMERTEX TEÑIDO A CELESTE REF. SY-WP5802	consumo frecuente	2.085,40	0,00	0,00	2.085,40	417,08
2000001171349	ANTIFLUIDO COMERTEX TEÑIDO A NAVY REF. SY-WP5802	consumo frecuente	1.279,20	0,00	3.000,00	4.279,20	855,84
2000001171394	ANTIFLUIDO COMERTEX TEÑIDO A NEGRO REF. SY-WP5802	consumo frecuente	3.323,30	0,00	4.000,00	7.323,30	1.464,66
200000181523	BAYETILLA TEÑIDO BLANCO A REF. 1017	consumo frecuente	83.307,70	1.460,00	32.006,50	115.314,20	23.062,84
200000181547	BAYETILLA TEÑIDO ROJO A REF. 1017	consumo frecuente	98.688,80	1.340,00	14.994,00	113.682,80	22.736,56
2000001916872	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P14 A 1 WHITE	colección	107,00	0,00	0,00	107,00	32,10
2000001916889	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P14 A 2 BLUE	colección	45,00	0,00	0,00	45,00	13,50
2000001916896	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P14 A 3 PURPLE	colección	223,00	0,00	0,00	223,00	66,90
2000001916902	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P14 A 4 NAVY	colección	199,00	0,00	0,00	199,00	59,70
2000001910221	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P18 A 1 WHITE	colección	69,00	0,00	0,00	69,00	20,70
2000001910238	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P18 A 2 BLUE	colección	263,00	0,00	0,00	263,00	78,90
2000001910245	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P18 A 3 PURPLE	colección	253,00	0,00	0,00	253,00	75,90
2000001910252	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P18 A 4 NAVY	colección	176,00	0,00	0,00	176,00	52,80
2000001910399	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P19 A 2 BLUE	colección	281,00	0,00	0,00	281,00	84,30
2000001909423	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P2 A 1 WHITE	colección	31,00	0,00	0,00	31,00	9,30
2000001909430	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P2 A 2 BLUE	colección	36,00	0,00	0,00	36,00	10,80
2000001909447	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P2 A 3 PURPLE	colección	131,00	0,00	0,00	131,00	39,30
2000001909454	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P2 A 4 NAVY	colección	20,00	0,00	0,00	20,00	6,00
2000001909584	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P3 A 1 WHITE	colección	360,00	0,00	0,00	360,00	108,00
2000001909591	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P3 A 2 BLUE	colección	293,00	0,00	0,00	293,00	87,90
2000001909607	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P3 A 3 PURPLE	colección	249,00	0,00	0,00	249,00	74,70
2000001909768	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P5 A 3 PURPLE	colección	220,00	0,00	0,00	220,00	66,00
2000001909775	CAMISERO ARCE DOBBY EST R-5944 D-P5 A 4 NAVY	colección	185,00	0,00	0,00	185,00	55,50

Figura 24. Pantallazo del seguimiento diario a la proyección de ventas para el mes de julio.

5. Aporte realizado a Comertex

Durante todos los eventos y ferias a los cuales tuve la maravillosa oportunidad de asistir y aprender, pude detectar una gran falencia, y en la cual Comertex está perdiendo y desaprovechando la oportunidad de captar nuevos clientes.

En el desarrollo de estas ferias, son muchos los empresarios que pasan y visitan el stand de Comertex, y en su mayoría los datos de estas personas son tomados para elaboración de base de datos, pero posterior al evento esta base de datos con personas y empresarios que podrían convertirse en nuevos y potenciales clientes para Comertex, queda prácticamente “olvidada” ya que no es compartida con los subgerentes y representantes de ventas y por lo tanto no se le realiza un seguimiento.

Debido a esto, vi la necesidad de crear una herramienta en la que estos “posibles nuevos clientes” sean distribuidos entre los representantes de ventas y se les haga un seguimiento constante por parte de los sugerentes, que nos permita saber si estos posibles clientes fueron contactados efectivamente.

SEGUIMIENTO DE NUEVOS CLIENTES EN EVENTOS Y FERIAS								
CREATEX 2017								
Feria	Razon social	Nit	Contacto	Telefono	email	Ciudad	Subgerente responsable	RV a
Visitante Createx 2017	CONFECCIONES HERNANDO		HERNANDO SERNA	3216371501	HERNASOR@HOTMAIL.COM	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	CONFECCIONES XABA		DANIELA GARCIA	3103461558	DANIELA.GARCIA@GMAIL.COM	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	ALFIL		MAYRA QUIROGA MUÑOZ	3138375389	MALLUNCHIS2610@HOTMAIL.COM	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	DAG CAMISAS		GERARDO QUIROGA CALDERON	31086227260	N.A.	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	COMERCIALIZADORA QUANTTO SA		JORGE ANDRES GONZALEZ HERRERA	3217607192	JORGEANDRESGONZALEZ@GMAIL.COM	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	DISENO F Y F		CARLOS FANDINO	3138324330	CARLOS.ANDRESFF@HOTMAIL.COM	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	DISENOS FFF SAS		ELIANA MORENO	3214450215	MORENOANGULOELIANA@GMAIL.COM	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	PACCO		DANIEL GIRALDO	3220301	ADMINISTRACION@TEXTILESRYR.COM	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	COMERCIALIZADORA CAFE BOTERO		JOHN ARANGO	3168281637	COMERCIALIZADORABOTERO@GMAIL.COM	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	COMERCIALIZADORA CAFE BOTERO		CARLOS EDUARDO PAIPA	3005504563	carlospaipa@hotmail.com	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	EL TEMPLO DE LA MODA		RUBEN DARIO ZULLAGA	318240607	N.A.	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	INDEPENDIENTE		MAURICIO ANDRES ALVAREZ	3008180977	ALVAREZMAURICIO103@GMAIL.COM	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	TAYRA KIDS		OSCAR GOMEZ	3045963554	OSCARGB2HOTMAIL.COM	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	TOTAL 21		NESTOR EMERSON MADERO LOPEZ	3187489922	N.A.	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	TOTAL 21		LEIDY JOHANNA HOYOS BARBOSA	3115905131	N.A.	BOGOTA D.C		
Visitante Createx 2017	ALTERNATIVOS		FABIAN ANDRES DIAZ MELO	3197864264	N.A.	BOGOTA D.C		

Figura 25. Formato para control y seguimiento de captación de clientes nuevos en los eventos.

Esta herramienta será utilizada por las subgerentes, ellas serán las responsables de alimentar el formato con la información correspondiente, y serán quienes por medio de ese formato nos permitan saber si realmente los clientes fueron contactados y visitados, saber a qué representante de ventas fue asignado y si este posible nuevo cliente realizó compra o no, y de esta forma darle más provecho a estas base de datos que se generan en cada evento o feria y a su vez, contribuyendo al mejoramiento del indicador de “capacidad de clientes activos” de cada vendedor y del área en general.

6. Conclusiones

Uno de mis principales objetivos académicos al realizar esta práctica era poder aplicar constantemente los conocimientos adquiridos a lo largo de estos años de estudio y complementarlos con todas aquellas enseñanzas que pudiera recibir durante el tiempo que permaneciera en Comertex. El que las practicas estuvieran relacionadas con mi carrera y con mi futuro campo de trabajo me permitió cumplir con mis objetivos de reafirmar mis conocimientos en el área de mercadeo, así como manejar y analizar términos, instrumentos y reportes del área comercial, de igual forma, pude poner en práctica y aplicar constantemente mis conocimientos en el uso de diversos tipos de software para generar y presentar listas, tablas y reportes relacionados con las actividades de mi área.

Me siento realmente satisfecha de los resultados alcanzados en el desarrollo de esta práctica y estoy segura de que la empresa también. Considero que es un gran acierto tener las prácticas profesionales como parte de las opciones de grado de nuestra carrera, ya que por más alto que sea el nivel académico en nuestra universidad, la teoría nunca es igual a la práctica. Tener la oportunidad de vivir uno mismo lo que es formar parte de un equipo de trabajo o de una empresa, y aprender con ello todos los días, es una experiencia invaluable.

Eran unas de mis metas personales, poner en práctica lo aprendido durante la carrera, especialmente los conocimientos adquiridos en el área de mercadeo y tener el mejor desempeño posible dentro de la empresa, dejando una excelente imagen, tanto mía como de la institución a la que represento: Universidad Santo Tomas de Aquino; lo cual contribuiría a colocarme dentro de Comertex para comenzar a laborar en cuanto terminara mi carrera, lo cual afortunadamente se logró.

Apéndices

Apéndice A. Formato elaborado para consolidación de ventas, control de gastos y asistencia a las Vitrinas comerciales organizadas por Comertex.

Ver documento en carpeta externa Apéndices.

Apéndice B. Formato de cotización enviado a los visitantes en el 4 Show room de proveedores organizado por Cotelco.

Ver documento en carpeta externa Apéndices.

Apéndice C. Formato utilizado para consolidación de ventas y resultados obtenidos en Createx 2017.

Ver documento en carpeta externa Apéndices.

Apéndice D. Formato elaborado para consolidación de ventas y resultados obtenidos en Cúcuta Moda 2017.

Ver documento en carpeta externa Apéndices.

Apéndice E. Documento para seguimiento mensual de indicador “Capacidad de clientes activos a crédito” por cada representante de ventas.

Ver documento en carpeta externa Apéndices.

Apéndice F. Informe de cifras detalladas con resultados del primer trimestre del 2017.

Ver documento en carpeta externa Apéndices.

Apéndice G. Formato para seguimiento diario de la proyección de ventas y entrada de mercancía para el mes de Julio.

Ver documento en carpeta externa Apéndices.

Apéndice H. Formato diseñado para el seguimiento de clientes y bases de datos obtenidas en eventos y ferias.

Ver documento en carpeta externa Apéndices.