

Informe de Práctica Empresarial - Federación Nacional de Comerciantes

Sophi Alejandra Quiroga Bello

Informe de práctica para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales

Tutor

Henry Giovanny Moran Cuan

Magister administración de empresas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2021

Agradecimientos

En primer lugar, agradecer a Dios por bendecirme y darme salud para salir adelante y poder cumplir mis sueños. A mi familia, por aconsejarme en cada paso que doy, a mi mamá, papá y hermano por ser mi guía, apoyo incondicional y mi ejemplo a seguir. También a mis profesores por compartir conmigo tantos conocimientos, brindarme una educación de calidad y orientarme en este proceso. A mis amigos que serán mis futuros colegas por acompañarme en este camino y regalarme tantos momentos de felicidad. Asimismo, al Dr. Alejandro Almeyda Director Ejecutivo de Fenalco Santander por brindarme la oportunidad de potencializar mis capacidades y poder vivir la experiencia, a la Gerente del departamento de Formación Martha Saavedra quien fue mi jefe inmediato por orientarme y acogerme con las manos abiertas. Por último y no menos importante a la Universidad Santo Tomás por brindar educación de calidad y formar futuros profesionales con potenciales conocimientos y habilidades.

Tabla de contenido

Introducción	12
1. Justificación	13
2. Objetivos de la práctica.....	13
2.1. Objetivo general.....	13
2.2. Objetivos específicos.	13
3. Perfil de la empresa.....	14
3.1. Fenalco Santander.	14
3.2. Razón Social.....	14
3.3. Misión de Fenalco.	14
3.4. Visión de Fenalco.....	14
3.5. Reseña histórica.....	15
3.6. Organigrama.....	17
3.7. Portafolio de servicios de Fenalco	19
3.7.1. Representación Gremial.....	20
3.7.2. Integración empresarial.....	20
3.7.3. Fenalcobra – Recuperación de cartera.	20
3.7.4. Formación empresarial.....	20
3.7.5. Asesoría Jurídica.	20
3.7.6. Procrédito.....	21
3.7.7. Listo pago a plazos.....	21

3.7.8.	Consultorías Fenalco.....	21
3.7.9.	Salones.	21
3.7.10.	Publicaciones – Actualización comercial.....	21
3.7.11.	Fenal – descuentos.	21
3.7.12.	Certificado de responsabilidad social.....	22
3.7.13.	Eventos Fenalco.	22
3.7.14.	Vifenalco – Vigilancia y seguridad privada.....	22
4.	Cargo y funciones	22
4.1.	Cargo	22
4.2.	Funciones asignadas	23
5.	Descripción de las funciones realizadas y resultados	23
5.1.	Realizar las actividades que sean necesarias para la ejecución exitosa del plan estratégico planteado por el departamento de formación	23
5.2.	Campaña de promoción de diplomados certificados.....	30
5.3.	Formular planes de mejoramiento y fortalecimiento empresarial que se adecuen a la oferta formativa y de desarrollo empresarial	33
5.4.	Generar innovaciones en la oferta virtual que permitan establecer estrategias de formación asincrónica.....	34
5.5.	Actualización del CRM.....	35
6.	Marco Conceptual y Normativo Utilizado para el Desarrollo de las Funciones Desempeñadas.....	36
6.1.	Marco Normativo	36

7.	Aportes.....	36
7.1.	Aportes de la entidad al estudiante.....	36
8.	Conclusiones	38
	Referencias.....	39

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Facturas de seminario Como aplica el factoring en factura electrónica.</i>	27
Tabla 2. <i>Facturas de seminario Nomina Electrónica.</i>	27
Tabla 3. <i>Facturas de seminario Transformación Estratégica en la Era digital</i>	28
Tabla 4. <i>Facturas de seminario Actualización Laboral</i>	29
Tabla 5. <i>Facturas de diplomado en Alta Gerencia</i>	31
Tabla 6. <i>Facturas de diplomado en Gestión Tributaria con Énfasis en Niif</i>	32
Tabla 7. <i>Facturas de diplomado en Gerencia Comercial Estratégica</i>	32

Lista de figuras

Figura 1. <i>Organigrama Fenalco Santander</i>	18
Figura 2. <i>Portafolio de Servicios Fenalco Santander</i>	19
Figura 3. <i>Seminario vía Teams</i>	26
Figura 4. <i>Encuesta de interés</i>	34
Figura 5. <i>Video de publicidad de diplomados</i>	35

Glosario

Fenalco: Federación Nacional de Comerciantes, es una entidad gremial de carácter permanente, sin ánimo de lucro, encargada de fomentar el desarrollo del comercio, de orientar, representar y proteger sus intereses, dentro de un criterio de bienestar y progreso del país. (Fenalco Estatutos Art 1, 2020).

Gremio: Es una organización conformada por un grupo de miembros o agremiados de un mismo oficio o de una misma profesión (Economipedia, 2019)

Formación empresarial: La formación empresarial se puede definir como los conjuntos de técnicas y acciones realizadas por parte de las empresas para la actualización de conocimientos de sus empleados, con el objetivo de mejorar continuamente sus competencias y conseguir trabajadores más preparados. De esta forma, la organización se preocupa porque el trabajador posea las competencias necesarias para las exigencias que tiene su puesto de trabajo. (Emprendepyme, 2017)

Seminario: se entiende por seminario a una reunión con fines académicos en la que se da cita un número finito de especialistas e interesados en la materia, para intercambiar, comentar, exponer y debatir al respecto durante uno o más días de actividad continua. Se trata de un evento similar a los congresos o encuentros, pero de carácter más intensivo y prolongado en el tiempo. (Equipo editorial Etecé, 2021)

Diplomado: Un diplomado es un programa organizado en módulos que agrupan contenidos de una o varias disciplinas. Es asimismo un curso en el que se aprenden temas muy específicos con los que se busca actualizar tus conocimientos. (Carreras Universidad Cuauhtemoc, 2020)

Campañas de marketing digital: Una campaña en marketing digital es un conjunto de estrategias creadas específicamente para cumplir un determinado objetivo de marketing o ventas. Esto se puede lograr con distintas acciones y en el caso del mundo digital, se ejecuta en

distintos medios digitales dependiendo de las metas planteadas y el público al que va dirigido.

(Inconcert, 2020)

Resumen

Fenalco Santander es un gremio que contribuye al progreso del país defendiendo y representando los intereses de los comerciantes de la región frente a las entidades públicas y/o privadas, trabajando en pro de la competitividad de los grandes, medianos y pequeños empresarios santandereanos, por medio del asesoramiento de integración sectorial, orientación jurídica, eventos que promueven el relacionamiento comercial, formación empresarial entre otros beneficios que ofrece la federación para sus afiliados.

En este informe se pretende exponer el proceso y la gestión realizada durante las prácticas empresariales escogidas como opción de grado para obtener el título de profesional en Negocios Internacionales en la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) Seccional Santander, en donde se evidencia la ejecución de los conocimientos académicos aplicados al mejoramiento de la federación y se describe la experiencia laboral de la mano del área de formación.

Palabras clave: Fenalco, Gremio, Seminario, Diplomado, Formación Empresarial, Campañas de Marketing Digital.

Abstract

Fenalco Santander is a union that contributes to the progress of the country by defending and representing the interests of merchants in the region against public and / or private entities, working for the competitiveness of large, medium and small Santander entrepreneurs, through counseling.

sector integration, legal orientation and events that promote commercial relations, business training, among other benefits offered by the federation for its members.

This report aims to present the process and training carried out during the business practices chosen as a degree option to obtain the professional title in International Business at the National Federation of Merchants (Fenalco) Santander Section, where the execution of the academic knowledge applied to the improvement of the federation and the work experience is described by the training area.

Keywords: Fenalco, Guild, Seminar, Diploma, Business Training, Digital Marketing Campaigns.

Introducción

En el presente informe se dará a conocer el trabajo que se realizó en la Federación Nacional de Comerciantes “Fenalco” Seccional Santander en calidad de practicante en el área de formación por un periodo de 6 meses ejecutando funciones como: Oferta de campañas, convocatorias, contacto con afiliados a través de las bases, telemercadeo, actualización de datos de los afiliados, venta de eventos empresariales entre otras actividades administrativas asignadas por el jefe directo.

También se anexa evidencias de reportes de las ventas realizadas por el departamento de formación en el periodo de tiempo que se realizó las prácticas empresariales.

1. Justificación

Para iniciar, en el momento que se empezó a contemplar qué opción de grado escoger para graduarse como profesional de negocios internacionales se tenía en mente 2 opciones, la primera era especialización porque se quería continuar con la formación pero solo había una opción y no llamaba la atención y la segunda, prácticas empresariales porque permitiría poner en práctica los conocimientos adquiridos y ayudaría a potencializarlos adquiriendo la primera experiencia laboral para tenerla como base para las siguientes oportunidades profesionales.

Llegado el momento de empezar a investigar empresas para realizar las prácticas, se buscaba una organización donde pudiera llevar a cabo los conocimientos y exigiera como profesional para mejorar los desempeños en el proceso, se tuvo la oportunidad de enviar la hoja de vida a Fenalco Santander una federación que cumplía con todas las expectativas como empresa de alto prestigio y finalmente se tuvo la fortuna de ser aceptada desempeñando el cargo de ejecutiva en el área de formación donde se cumplía con funciones de relacionamiento, telemarketing, gestión de ventas que permitieron adquirir conocimiento llevado a la práctica.

2. Objetivos de la práctica

2.1. Objetivo general

Enriquecer la formación académica mediante la aplicación de los conocimientos y adquisición de experiencia dentro de la empresa por medio de la ejecución de planes estratégicos.

2.2. Objetivos específicos

- Apoyar los planes de fortalecimiento empresarial para identificar las necesidades de formación del empresario.

- Aplicar los conocimientos adquiridos en el área de mercadeo con el fin de realizar una eficiente gestión de ventas para la compañía.
- Reforzar los conceptos de marketing vistos previamente por medio del uso diario de plataformas digitales de la compañía.

3. Perfil de la empresa

3.1. Fenalco Santander

3.2. Razón Social

Federación Nacional de Comerciantes - Seccional Santander.

3.3. Misión de Fenalco

FENALCO trabaja por el bien de la Nación y el desarrollo del comercio. Para esto busca la justicia social, lucha por afianzar las instituciones democráticas y promueve la solidaridad gremial, eficiencia y modernización de los empresarios colombianos. Impulsa el desarrollo intelectual, económico y social, de todas las personas vinculadas al Gremio, y es un foro de discusión sobre los problemas del país. (Fenalco. 2020)

3.4. Visión de Fenalco

Para el 2023 FENALCO Santander será el aliado estratégico por excelencia del empresario Santandereano, contaremos con más de 1.000 afiliados directos activos en la región, que fortalecerán la sostenibilidad financiera y se destacó por su liderazgo en la innovación en sus procesos y servicios prestados que impulsan la competitividad empresarial, siendo la voz en defensa de los intereses del comercio ante las instituciones públicas – Privadas del

departamento y será un referente para sus agremiados en el proceso de transformación del comercio. (Fenalco, 2020)

3.5. Reseña histórica

Como lo describe Fenalco en su página web, hace más de 70 años nació Fenalco Santander, con el fin de trabajar por el bien de la Nación y el desarrollo del comercio. Desde entonces la Federación ha buscado la justicia social, la lucha por afianzar las instituciones democráticas, promoviendo la solidaridad gremial, eficiencia y modernización de los empresarios colombianos.

1938 fundación de la Federación Santandereana de Comerciantes e Industriales: Se busca fomentar las relaciones, la defensa y moralización e influir en la expedición de leyes que regulen y permitan el tranquilo ejercicio de la industria y el comercio en el país. En esa primera reunión José María Gómez Nougues, actuó como presidente provisional.

En 1940: se denomina “Sociedad Santandereana de Comerciantes e Industriales” y se nombran comisiones para atender los problemas de tabaco, de industria y fomentar la ganadería.

1945: Se crea la Federación Nacional de Comerciantes, el 14 de mayo por un grupo de comerciantes durante la presidencia del Doctor Alberto Lleras Camargo. En el teatro Alameda de Bogotá se convocó a la primera reunión y asistieron cerca de cuatrocientas personas que se dedicaban al comercio lideradas por don Lorenzo Botero Jaramillo, ferviente devoto de la causa del comercio.

1948: Se logra la afiliación de la Sociedad Santandereana de Comerciantes e Industriales a Fenalco y se crea su seccional en Santander. El día 28 de Marzo de 1946 previa citación de todos los socios se reunió en el Hotel Bucarica la Asamblea General de la Sociedad Santandereana de Comerciantes e Industriales con asistencia de los señores Julio Martín

Acevedo Díaz, Luis Aurelio Díaz, Rafael J. Turbay, Alirio Parra, Antonio Pinilla Prada, Rafael A. Galvis, Gustavo Arenas Martínez, Ricardo Sanmiguel en representación de la fábrica de botones La Perla, Julio Z. Álvarez, Salvador Blassi, Alfredo Ospina, Ernesto Serrano, Napoleón Martínez y el Secretario don Eufemiano Romero. El presidente Dr. Luis Aurelio Díaz presentó una proposición suscrita por la mayoría de los asociados, por medio de la cual la Federación de Comerciantes e Industriales de Santander se afilió a la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco). Dicha proposición fue aprobada por unanimidad y en esa fecha nació Fenalco en Santander.

1978: Fundación de “Vifenalco”. Nombrada la Junta Directiva del Comité de Vigilancia que contó con el comandante de la Policía en Santander como miembro asesor.

1981: Nueva Sede. Fenalco adquirió sede propia en la residencia que perteneció a don Alfonso Silva Silva, ubicada en la Cra 20 # 36-49.

1983: Feria Expocomercial. Se inauguró el 17 de noviembre con el fin de promocionar y posicionar productos, bienes y servicios en el mercado nacional e internacional.

1985: Congreso Nacional de Fenalco en Bucaramanga. Se organizó en el Hotel Chicamocha, destacando la presencia del Expresidente de Venezuela, Carlos Andrés Pérez; de los candidatos presidenciales Virgilio Barco Vargas, Álvaro Gómez Hurtado y Luis Carlos Galán. Asistieron cerca de 700 comerciantes de todo el país.

1986: Visita a Juan Pablo II. Fenalco participó activamente en la logística del suceso.

2000: La dinámica de la industria se incrementa, FENALCO se conoce con sedes en San Gil y Barrancabermeja. Se destaca en esta década el inicio de una serie de eventos que marcan el pulso y la modernización de la ciudad.

2007: Nuevo presidente. Nombrado como presidente para el periodo 2007-2009 el Doctor Alfonso Gómez Gómez; primer vicepresidente, Francisco Ordoñez y; segundo

vicepresidente, Fernando Ardila. Presidió como Director Ejecutivo Juan Camilo Beltrán Domínguez.

2008: Primera versión de la Noche de los Mejores. Se galardonaron las siguientes categorías: “Santandereanidad”, “Lealtad Fenalquista”, “Apoyo Gremial”, “Mérito Comercial” y “Mercurio de Oro”.

2011: Fenalco lideró la marcha en torno a la defensa del Páramo de Santurbán, en la presidencia de Alfonso Gómez Gómez y bajo la dirección de Erwing Rodríguez Salah.

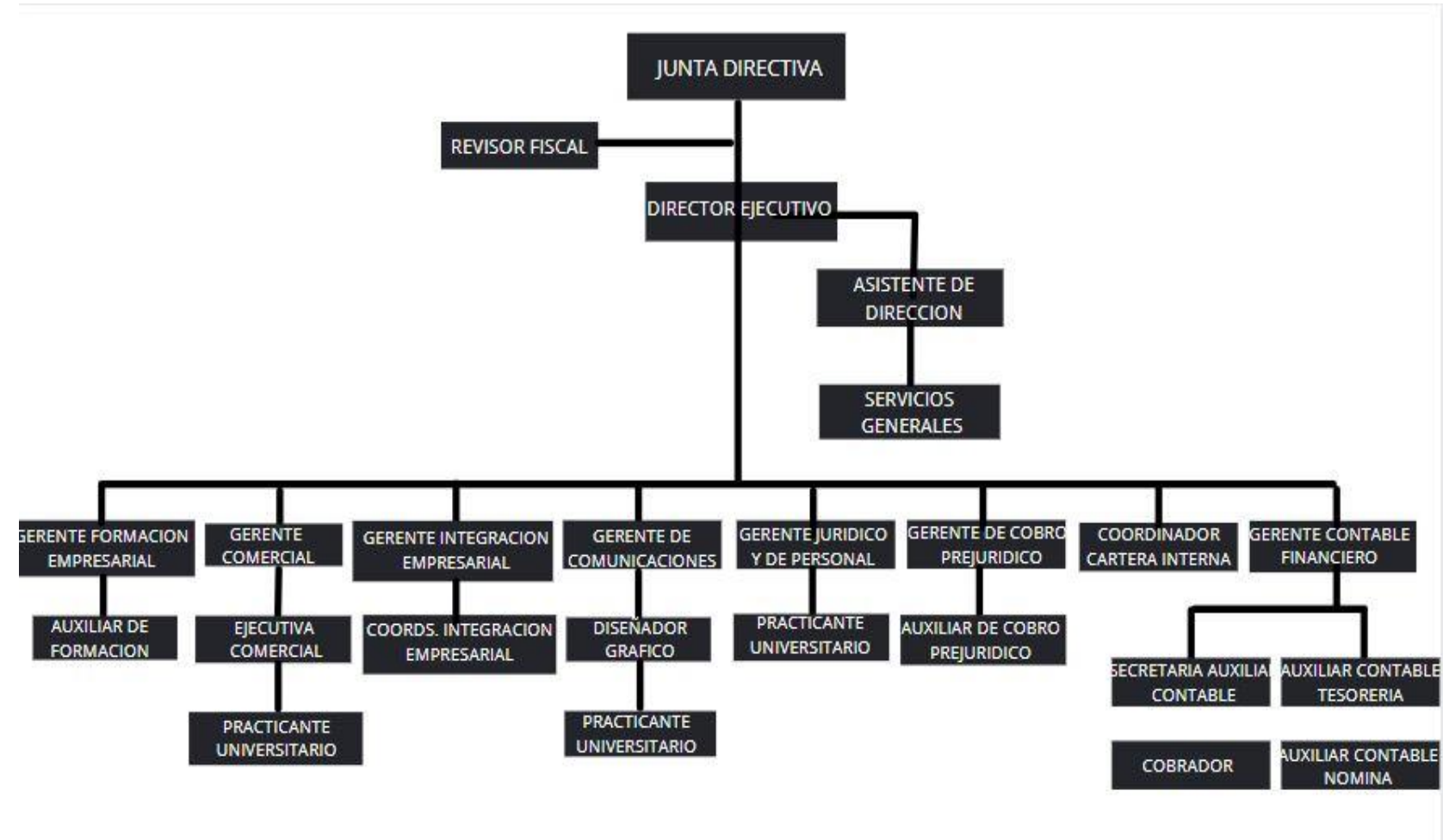
Es nombrado Director Ejecutivo de Fenalco, Alejandro Almeyda Camargo.

2012: Gestión Gremial Implementación de comités de defensoría del espacio público. Se logró la NO implementación a una sobre tasa de la energía del 6% para el comercio y del 8% a la industria.

2014: Convención Nacional y Simposio Internacional de Centros Comerciales. Se logró la sede por primera vez en la historia para la seccional con más de 440 asistentes, 32 stands, a partir del liderazgo de los Centros Comerciales de Santander

2015: Se eligió nueva Junta Directiva y se inauguró el Auditorio Mayor de la Federación, brindando a los afiliados un nuevo espacio para sus encuentros empresariales.
(Fenalco, 2021Organigrama

Figura 1. Organigrama Fenalco Santander



Nota: Adaptado de Fenalco Santander

3.6. Portafolio de servicios de Fenalco

Figura 2. Portafolio de Servicios Fenalco Santander



Nota: Imágenes tomadas de la página web de Fenalco Santander

3.6.1. Representación Gremial

Fenalco Santander tiene como objetivo misional más importante el respaldar y representar efectivamente los intereses de los comerciantes frente a cualquier institución pública o privada, en los diversos temas que puedan afectar individual o colectivamente el óptimo desempeño de su actividad comercial.

3.6.2. Integración empresarial

Es un espacio de encuentro y concertación entre colegas empresarios para conocer, discutir y analizar las necesidades y experiencias de su sector, que se traduce en programas y proyectos de beneficio empresarial.

3.6.3. Fenalcobra – Recuperación de cartera

Realiza a las empresas afiliadas a Fenalco el proceso de cobro de cartera en etapa prejudica con cobertura nacional de clientes morosos de manera gratuita disminuyendo los costos de operación y mejorando su liquidez.

3.6.4. Formación empresarial

Ofrece al empresario la mejor opción de aprendizaje, actualización y formación con el fin de fortalecer la productividad, conocimiento y competitividad del empresario en la región.

3.6.5. Asesoría Jurídica

Brinda asesoría personalizada gratuita con abogados especializados en temas de derecho laboral, comercial y civil.

3.6.6. Procrédito

Es el centro de información más grande del sector comercio que permite conocer el comportamiento crediticio de los clientes de las empresas afiliadas, minimizar el riesgo al otorgar créditos y así poder vender con tranquilidad.

3.6.7. Listo pago a plazos

Es la herramienta que permite al comercio aumentar sus ventas y al consumidor comprar a plazos de forma rápida un producto/servicio que necesite.

3.6.8. Consultorías Fenalco

Ofrece procesos gratuitos a los afiliados de Fenalco Santander en temas financieros, tributarios, planeación estratégica y marketing.

3.6.9. Salones

Ofrece alquiler de auditorio para eventos y capacitaciones empresariales con beneficios como video beam, aire acondicionado, internet inalámbrico.

3.6.10. Publicaciones – Actualización comercial

Informa y comunica las novedades actuales de interés común además de la oportunidad de pautar y hacer visible los servicios o productos de los afiliados a través de los canales de comunicación de Fenalco Santander por un costo asequible.

3.6.11. Fenal – descuentos

Es un espacio publicitario en la página web de Fenalco Santander en donde se publica los servicios y productos que ofrecen los afiliados con descuentos especiales.

3.6.12. Certificado de responsabilidad social

Incentiva y promueve programas de responsabilidad social con el fin de que las empresas obtengan el certificado en responsabilidad social e implementen buenas prácticas ambientales en su entorno laboral.

3.6.13. Eventos Fenalco

Fenalco Santander lidera procesos de promoción de actividades comerciales en la ciudad con el fin de aportar crecimiento económico y competitividad de las empresas y la región.

3.6.14. Vifenalco – Vigilancia y seguridad privada

Garantiza y preserva las empresas con servicios de vigilancia fija, móvil y escoltas además de ofrecer consultoría, asesora e investigación.

4. Cargo y funciones**4.1. Cargo**

- Cargo: Practicante del departamento de formación.
- Jefe directo: Martha Liliana Saavedra Pinto - Gerente de Formación Empresarial
- Lugar: Fenalco Santander Cra 20 N° 36 - 49
- Horario: lunes a viernes de 8:00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 6:00 pm.
- Correo: formacion1@fenalcosantander.com.co
- Tiempo: Fecha de inicio de la práctica: 1 de marzo de 2021 / Fecha de Finalización de la Práctica: 1 de agosto de 2021

4.2. Funciones asignadas

- Apoyar al departamento de Formación Empresarial con la estrategia de “Desarrollo empresarial” junto con cumplimiento en el cronograma de formación, en temas estratégicos, operativos y de procesos.
- Formular planes de mejoramiento y fortalecimiento empresarial que se adecuen a la oferta formativa y de desarrollo empresarial, que se encuentren establecidos en el plan estratégico del departamento para el respectivo año.
- Realizar diseños de procesos empresariales acorde a la visión del departamento de Formación empresarial.
- Generar innovaciones en nuestra oferta virtual que permitan establecer estrategias de formación asincrónica.
- Realizar las actividades que sean necesarias para la ejecución exitosa del plan estratégico planteado por el departamento, como: oferta, convocatorias, contacto con afiliados, representatividad de la Federación.

5. Descripción de las funciones realizadas y resultados

5.1. Realizar las actividades que sean necesarias para la ejecución exitosa del plan estratégico planteado por el departamento de formación

El departamento de Formación de Fenalco Santander se encarga de identificar las necesidades de formación de los empresarios y en base a ello planificar y ejecutar programas de capacitación certificados y apropiados para el desarrollo laboral, ampliación de conocimientos y potencialización de capacidades de la mano de convenios con universidades y organizaciones prestigiosas que brindan la asesoría de conferencistas expertos.

Mencionado lo anterior, se realizó campañas de promoción de seminarios, conferencias y diplomados en los que se estuvo en constante contacto con los empresarios registrados en las bases de datos por medio de correos, llamadas y mensajes de WhatsApp, efectuando un seguimiento para concluir su interés y así inscribirlos.

El seguimiento del interés de los empresarios constaba primero en realizar una pieza informativa donde se encontraba la información general del programa junto con el contenido temático, la descripción del docente, la fecha de inicio, los horarios, la modalidad, en algunos casos el precio que varía si es afiliado o no y el contacto de la persona encargada, segundo se escogían bases de datos para enviar correos masivos con la información y el link de inscripción y así poder realizar el teletrabajo que consistía en llamar uno a uno de los empresarios a los que se les envió el correo informándoles la importancia del mismo para conseguir su interés en comprar un cupo.

Por consiguiente, si la persona estaba interesada la mayoría de veces debía consultarlo primero con su jefe directo para que le diera la autorización de realizar el programa de capacitación, por ende, se debía re programar la llamada para confirmar, esto dependía en su mayoría del presupuesto que tuvieran para ello y la disponibilidad de tiempo.

Con el pasar del tiempo, se obtuvo la experiencia y con ello el conocimiento con apoyo de las compañeras de trabajo de cómo organizarse para hacer rendir el tiempo, ellas manejaban las bases de datos mediante un sistema de colores determinados para indicar quienes estaban interesados, quienes no y quienes se habían facturado, por otro lado, para recordar todo en el momento de hacer las llamadas, se realizó un guion en donde estaba paso a paso lo que se tenía que decir y algunos apuntes de preguntas frecuentes para tener información clara y verídica.

La estrategia que se utilizaba era ofertar con atractivos (porcentajes de descuento por pronto pago hasta determinada fecha) para atraer a los clientes y así mismo comprometerlos a pagar antes de la fecha límite, esto beneficiaba porque había casos en los que las personas se

inscribían y mandaban a generar la factura, pero al final no pagaban o era muy difícil contactarlos para cobrar.

Consecuentemente, se prosiguió a realizar la solicitud de factura de las personas inscritas a los ejecutivos de cartera adjuntado todos los datos necesarios para ello y se realizaba el registro en la base de datos de facturación del programa de dichas personas, señalando quién era la ejecutiva encargada del procedimiento de la persona inscrita para al final llevar la contabilidad de cuantos empresarios inscribió cada una y así saber cuál es el procedimiento que se lleva con él ya que eran diferentes las fechas de pago pues unos pagan de inmediato y otros lo postergaba un poco más.

Los pagos dependían de que, si los empresarios eran afiliados o no a Fenalco, pues si eran afiliados tenían un precio menor en el programa además del porcentaje de descuento por el pronto pago hasta la fecha estipulada por otro lado, si inscribían a 3 o más de 3 personas también obtenían el 5% de descuento por cupo, esto con el fin de conseguir más empresarios interesados.

Finalmente acercándose la fecha de inicio del programa, se llamaba a las personas facturadas para confirmar que les hubiese llegado la factura, pedirles los soportes de pago del programa y confirmar su asistencia, un día antes del seminario, se enviaba el link de ingreso a la reunión por la plataforma determinada para cada evento y se volvía a recordar la fecha y la hora del mismo.

Horas antes, se realiza una video llamada por el link con el conferencista para verificar la conectividad y el sonido, después se realizó una pieza donde estaba la presentación del programa y el aviso de privacidad de jornadas de capacitaciones virtuales para colocarla como portada en la presentación, llegando la hora de inicio, las ejecutivas de formación se encargaban de estar pendientes de quienes pedían el ingreso a la reunión virtual y de pasar un registro de quienes se iban conectando ya que alguno tenían problemas de conexión, en consecuencia de

ello, se llamaba para confirmar su asistencia y ayudarlos con algún inconveniente con la plataforma.

Al día siguiente se encargaban de enviar las memorias que presentó el conferencista a todas las personas que estuvieron en la reunión y se hacía el recaudo de cartera que consistía en llamar a las personas que aún estaban pendientes de enviar el soporte de pago.

Figura 3. *Seminario vía Teams*



En total se realizó un apoyo en la gestión de ventas de 6 seminarios los cuales se dividieron por meses, se inició el mes de marzo con el seminario Cómo aplica el factoring en factura electrónica que iniciaba el 18 de marzo de 5 de la tarde a 9 de la noche por modalidad online con docente en vivo en donde se realizó un seguimiento para concluir las personas interesadas en inscribirse haciéndoles saber que según como lo describe la Dian en su página web, este seminario es fundamental en la nueva actualidad “post COVID” ya que las empresas necesitan liquidez para reactivar sus operaciones después de la paralización de las actividades y por ende es importante promover las alternativas de financiamiento para capital de trabajo como es el factoring. (Dian, 2021). En este seminario se vendió 11 cupos es decir 1'130.000 de dinero, se llegó a la meta del 100% en ventas de este seminario.

Tabla 1. Facturas de seminario Como aplica el factoring en factura electrónica

CUPOS	EMPRESA	N° DE FACTURA	VALOR FACTURADO
1.	Malaika Inversiones Sas	FE8829	\$ 125,00
2.	Malaika Inversiones Sas	FE8829	\$ 125,00
3.	Malaika Inversiones Sas	FE8829	\$ 125,00
4.	Alimentos Naturales Del Campo S. A	FE8831	\$ 90,00
5.	Metalúrgica De Santander S.A.S.	FE8841	\$ 125,00
6.	Redes Y Sistemas Integrados Sas	FE8848	\$ 90,00
7.	Redes Y Sistemas Integrados Sas	FE8848	\$ 90,00
8.	Redes Y Sistemas Integrados Sas	FE8848	\$ 90,00
9.	Redes Y Sistemas Integrados Sas	FE8848	\$ 90,00
11.	Pinturas Del Fonce Sas	FE8849	\$ 90,00
12.	Solinsa G.C. S.A.S	FE8905	\$ 90,00
TOTAL			\$ 1.130,00

Nota: esta tabla demuestra los cupos que se vendieron en el seminario Cómo aplica el factoring en factura electrónica

Se continuó con la campaña de promoción del seminario nomina electrónica que iniciaba el 24 de marzo de 5 de la tarde a 9 de la noche por modalidad online con docente en vivo haciéndoles saber a las personas que este era importante ya que la Dian está solicitando a los empresarios que reporten como están generando la nómina de acuerdo a los requerimientos técnicos exigidos por la misma con base a la resolución 0013 del 11 de febrero del 2021. En este seminario se vendió 11 cupos es decir 1'750.000 de dinero, se llegó a la meta del 100% en ventas de este seminario.

Tabla 2. Facturas de seminario Nomina Electrónica.

CUPOS	EMPRESA	N° DE FACTURA	VALOR FACTURADO
1.	Top Cueros S.A.S.	FE8864	\$ 130,00
2.	Integrity S.A.S.		\$ 170,00
3.	Centro Comercial Y Empresarial San Silvestre	FE8903	\$ 130,00
4.	Industrias Campoe S.A.S.	FE8883	\$ 170,00
5.	Dekami Sas	FE8919	\$ 170,00

CUPOS	EMPRESA	N° DE FACTURA	VALOR FACTURADO
6.	Orange Export S.A.S.	FE8920	\$ 170,00
7.	Sociedad Agrícola La Alondra Ltda.	FE8952	\$ 170,00
8.	Cock Peñuela Abogados Sas	FE8961	\$ 170,00
9.	Tatiana Marcela Afanador Guerra	FE8974	\$ 170,00
10.	Electro Rey Sas	FE8979	\$ 170,00
11.	Inemec Sas	FE8980	\$ 130,00
		TOTAL	\$ 1.750,00

Nota: esta tabla demuestra los cupos que se vendieron en el seminario nomina

electrónica

Posteriormente, se inició con el seminario de Transformación Estratégica en la Era Digital que iniciaba el 5 y 6 de mayo de 5 de la tarde a 9 de la noche por modalidad online con docente en vivo, se le menciono a las personas que este seminario era muy importante ya que daban a conocer como las nuevas soluciones tecnológicas ayudaban a generar valor y eficiencia dentro de cualquier negocio, a como dar respuesta a las necesidades del entorno y a como aumentar la productividad laboral garantizando la competitividad empresarial y por ende el aumento de sus ingresos, en este programa se implementó una táctica de mercadeo de 2X1 con el fin de que el programa fuera más atractivo y ayudara a generar más ventas. En este seminario se vendió 1 cupo es decir 200.000 de dinero, se obtuvo 50% en ventas de este seminario.

Tabla 3. Facturas de seminario Transformación Estratégica en la Era digital

CUPOS	EMPRESA	N° DE FACTURA	VALOR FACTURADO
1.	Campaña De Almacenamiento Y Logística S.A	FE9489	\$ 200.000

Nota: esta tabla demuestra los cupos que se vendieron en el seminario Transformación

Estratégica en la Era Digital

Enseguida, empezó la campaña del seminario de Actualización Laboral que se corrió de la fecha inicial porque el docente se enfermó y quedo para el jueves 13 y viernes 14 de mayo de 8 am a 12 pm con docente en vivo, en este programa se resaltó las medidas en temas de derecho laboral y SG-SST y ayuda a identificar el nivel de cumplimiento de la ley laboral al interior de las organizaciones. En este seminario se vendió 3 cupos es decir 530.000 de dinero, se obtuvo 100% en ventas de este seminario.

Tabla 4. *Facturas de seminario Actualización Laboral*

CUPOS	EMPRESA	N° DE FACTURA	VALOR FACTURADO
1.	Optyma De Colombia S. A	FE9469	\$ 190.000
2.	Operador De Transportes Y Mallas Viales De Colombia S. A	FE9469	\$ 190.000
3.	Importadora Nipón S. A	FE9487	\$ 150.000
		TOTAL	\$ 530.000

Nota: esta tabla demuestra los cupos que se vendieron en el seminario de Actualización Laboral

Prontamente, inicio el Seminario de Gestión Comercial los días 1,2 y 3 de junio de 6 de la tarde a 9:30 de la noche por modalidad online con docente en vivo, destacando que es muy importante por el desarrollo de equipos de ventas en habilidades blandas y digitales con el fin de retener, fidelizar y obtener nuevas oportunidades de venta. En este seminario se apoyó con la gestión de llamadas para cerrar ventas de las personas facturadas.

Por último, se realizó la campaña de promoción del seminario Liderazgo y Coaching que iniciaba el 3 y 4 de junio de 5:30 de la tarde a 9:30 de la noche por modalidad online con docente en vivo, destacándolo por brindar a los participantes elementos conceptuales y prácticos necesarios para construir equipos a partir de procesos de coaching. En este seminario se apoyó con la gestión de llamadas para cerrar ventas de las personas facturadas.

5.2. Campaña de promoción de diplomados certificados

En el área de formación de Fenalco Santander se realizan varios convenios con entidades que sean de utilidad para los objetivos de la misma, entre ellos se realizó un convenio con universidades prestigiosas y el Sena sobre la realización de 5 diplomados en donde se pactó un valor de aporte empresarial en el que Fenalco Santander como gremio tiene el derecho de hacer el recaudo del aporte empresarial, esto quiere decir que en el momento en que se factura se hace obligatoriamente a nombre de una empresa.

El mes de junio lo se inició promocionando los diplomados por medio de correos masivos en donde se encontraba información como los certificados, fecha de inicio, duración, horarios, links de información detallada del contenido temático, informaciones de docentes y links de inscripción, se enviaban a las bases de datos de personas con empresas, después de ello se prosiguió a hacer la gestión de llamadas, se comunicó uno a uno por llamada, correo o mensajes de WhatsApp con los empresarios resaltando el atractivo que aparte del conocimiento eran los certificados pues las universidades con las que se tenía pactado son prestigiosas y tienen profesores de talla nacional lo que llamaba mucho más la atención.

Cuando se tenía la inscripción de algún comerciante a link, se explicaban los parámetros del convenio y se resaltaba el valor de aporte empresarial ya que algunos pensaban que este era gratuito, si una persona quería obtener el cupo se proseguía a enviarle un correo en donde habían dos cartas que el participante debía diligenciar en donde básicamente informaba que la empresa era quien hacia el pago y que el participante era beneficiario de ello, luego debían reenviarlas ya diligenciadas, también había un link de inscripción que era el link directo con la universidad para que quedaran registrados ante estas, por último se mandaba a generar la factura de acuerdo a los datos suministrados en los formularios que se enviaban junto con el resto de información.

En total se realizó las campañas de promoción de 5 diplomados, empezando con el Diplomado de Marketing Digital que era impartido y certificado por la universidad Javeriana y el Sena, iniciaba el 13 de Julio de 6 de la tarde a 9:30 de la noche por modalidad online con una duración de 100 horas con docentes en vivo. En este diplomado se hizo el apoyo de la gestión de ventas para completar los 30 cupos disponibles.

Continuo el diplomado de Alta gerencia que era impartido y certificado por la universidad Javeriana y el Sena, iniciaba el 10 de agosto, pero lo corrieron para el 24 porque aún no estaban los cupos completos, era de 6 de la tarde a 9:30 de la noche por modalidad online con una duración de 100 horas con docentes en vivo. En este diplomado se vendieron 4 cupos es decir 4'400.000 de dinero cumpliendo con la meta de 100% de ventas de 30 cupos.

Tabla 5. *Facturas de diplomado en Alta Gerencia*

CUPOS	EMPRESA	Nº DE FACTURA	VALOR FACTURADO
1.	Coopasan	FE11678	\$ 1.100.000
2.	Grupo Empresarial Asesorías Sion	FE11730	\$ 1.100.000
3.	Districolombinas E & L	FE11752	\$ 1.100.000
4.	Gmi Implantology De Colombia S.A.S.	FE11753	\$ 1.100.000
TOTAL			\$ 4.400.000

Nota: esta tabla demuestra los cupos que se vendieron en el diplomado en Alta Gerencia

Enseguida, inicio el diplomado de Gestión Tributaria con Énfasis en Niif que era impartido y certificado por la universidad Javeriana y el Sena, iniciaba el 10 de agosto, pero también lo corrieron para el 24 porque aún no estaban los cupos completos, era de 6 de la tarde a 9:30 de la noche por modalidad online con una duración de 80 horas con docentes en vivo. En este diplomado se vendieron 2 cupos es decir 2'200.000 de dinero cumpliendo con la meta del 100% de ventas de 30 cupos.

Tabla 6. *Facturas de diplomado en Gestión Tributaria con Énfasis en Niif*

CUPOS	EMPRESA	N° DE FACTURA	VALOR FACTURADO
1.	Satélite Global	FE11764	\$ 1.100.000
2.	Equipos Para Construcción Cyg	FE11686	\$ 1.100.000
		TOTAL	\$ 2.200.000

Nota: esta tabla demuestra los cupos que se vendieron en el diplomado en Gestión

Tributaria con Énfasis en Niif

Después, inicio el diplomado de Gerencia Comercial Estratégica en donde se era la encargada principalmente de hacer la gestión de ventas, este era impartido y certificado por la universidad Pontificia y el Sena, iniciaba el 7 de septiembre, era de 6 de la tarde a 9:30 de la noche por modalidad online con una duración de 100 horas con docentes en vivo. En este diplomado se vendieron 4 cupos es decir 3'600.000 de dinero cumpliendo con la meta del 100% de ventas de 35 cupos.

Tabla 7. *Facturas de diplomado en Gerencia Comercial Estratégica*

CUPOS	EMPRESA	N° DE FACTURA	VALOR FACTURADO
1.	Incoval DE Colombia SAS	FE11703	\$ 900.000
2.	Bertolini Colombia	FE11714	\$ 900.000
3.	Medicid Ips S.A.S	FE11769	\$ 900.000
4.	Medicid Ips Sas	FE11770	\$ 900.000
		TOTAL	\$ 3.600.000

Nota: esta tabla demuestra los cupos que se vendieron en el diplomado en Gestión

Comercial Estratégica.

Se finalizo con el diplomado de Derecho Laboral, este era impartido y certificado por la universidad Santo Tomas y el Sena, iniciaba el 7 de septiembre, era de 6 de la tarde a 9:30 de la noche por modalidad online con una duración de 100 horas con docentes en vivo. En este

diplomado se fue de apoyo en la venta de los cupos cumpliendo con la meta de ventas de 40 cupos.

Al iniciar los programas, cada ejecutiva se hacía cargo de un diplomado sirviendo de apoyo y asesoramiento por si se llegase a necesitar, también reportaba la lista de personas que se habían conectado tanto al iniciar como al finalizar con el fin de llevar un registro de las personas que se conectaban pues los diplomados se certifican con el 80% de asistencia.

5.3. Formular planes de mejoramiento y fortalecimiento empresarial que se adecuen a la oferta formativa y de desarrollo empresarial

Al realizar la gestión de llamadas se tenían varios objetivos entre ellos optimizar los procesos de ventas con el fin de alcanzar un gran porcentaje de posibles interesados en poco tiempo por ello, se propuso un formulario de interés que estaba anexo a los correos masivos que se enviaban en donde las personas podían informar el deseo de obtener información o por lo contrario su desinterés, con el fin de filtrar a las personas que no deseaban participar y centrarse en las que notificaban en querer obtener más información, esto con el fin de multiplicar la eficiencia y la productividad en el proceso de ventas.

Figura 4. Encuesta de interés

The image shows a digital survey form with a blue border. At the top, it says 'Confirme su interés' with a red asterisk and the word 'Obligatorio' below it. The main question asks if the respondent is interested in a seminar titled 'Transformación Estratégica en la Era Digital.' Below the question is a graphic with the same title. There are two radio button options: 'Sí' and 'No'. Below these are four text input fields, each preceded by a label and an asterisk: 'Si su respuesta anterior fue Sí, déjenos su contacto', 'Nombres y apellidos', 'Nombre de la empresa a la que pertenece', and '¿Cuáles son las principales necesidades de capacitación que requiere su empresa?'. Each input field has a placeholder text 'Tu respuesta'. At the bottom left is a blue button labeled 'Enviar'.

Nota: Elaboración propia, 2021

5.4. Generar innovaciones en la oferta virtual que permitan establecer estrategias de formación asincrónica

La gestión de ventas del área de formación en su gran mayoría se apoya en plataformas como WhatsApp Business, donde se comunicaba con los empresarios y también se publicaban estados relacionados con los programas que se ofrecían, como piezas digitales y contenidos audiovisuales.

Para la campaña de oferta de los diplomados certificados se diseñó junto con la compañera del área comunicaciones un video informativo de promoción para subir a estados, en donde se detallaba la información básica de los programas y el contacto de cada una de las ejecutivas de formación con el fin de que las contactaran las personas que estaban interesadas de obtener más información. Gracia al apoyo de la publicación de este video se pudieron vender 5 cupos de diferentes programas.

Figura 5. Video de publicidad de diplomados



Nota: Elaboración propia, 2021

5.5. Actualización del CRM

Al realizar la gestión de llamadas para ofertar los programas al mismo tiempo se actualizaban las bases de datos entre ellas el CRM en donde se encontraban divididos por áreas los contactos de los representantes de aproximadamente 700 empresas activas. La función asignada era llamar principalmente a los representantes legales, gerentes o sus asistentes para promocionarles los programas, corroborar los datos que se tenían, actualizarlos y enviarles la

información, todo esto con el fin de tener datos actualizados para que la gestión de ventas fuera más efectiva para poder captar a más empresarios y llegara correctamente a las personas seleccionadas.

6. Marco Conceptual y Normativo Utilizado para el Desarrollo de las Funciones Desempeñadas

6.1. Marco Normativo

Para el desarrollo de la práctica empresarial, actividades e informes, se tuvo en cuenta la siguiente normatividad:

- Reglamento de práctica empresarial de la Universidad Santo Tomás.
- Política interna FENALCO Santander.

Esta Política de Protección de Datos Personales será aplicada a todas las Bases de Datos y/o Archivos que incluyan Datos Personales que sean objeto de Tratamiento por parte de la *FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES -FENALCO-* como responsable del tratamiento de Datos Personales. (Fenalco, 2018).

7. Aportes

7.1. Aportes de la entidad al estudiante

Realizar las prácticas en Fenalco Santander fue una experiencia única y enriquecedora, en donde se la oportunidad de llenarse de experiencia en el campo laboral, obtener conocimientos nuevos de gran utilidad y tener relacionamiento con los empresarios de Santander apreciando el valor que tiene cada uno de ellos para el comercio, también se pudo poner en práctica los conocimientos previos y potencializar los talentos.

Fenalco Santander es una escuela en donde enseñaron a convertir las amenazas en oportunidades, la importancia de trabajar con constancia y pasión para obtener los mejores resultados posibles.

8. Conclusiones

Fenalco Santander es un gremio que representa todos los sectores del comercio en donde se atiende cada necesidad particular con el fin de ser la voz de todos los comerciantes sin importar si son pequeñas, medianas o grandes, representándolos frente las entidades públicas y privadas obteniendo los mejores resultados.

Cabe resaltar que Fenalco Santander trabaja día a día para convertirse en el aliado estratégico por excelencia del comerciante santandereano haciendo un acompañamiento constante promoviendo el fortalecimiento económico, intelectual e innovador del comercio para conseguir un mejor desarrollo de la actividad comercial empresarial.

Me siento muy privilegiada de haber podido realizar mis prácticas empresariales en un gremio tan prestigioso y de talla nacional que vela por los intereses de los empresarios siendo un apoyo y respaldo para todos como la fuerza que nos une.

Referencias

Carreras Universidad Cuauhtemoc (11 de mayo de 2020). *¿Qué es un diplomado?*

Obtenido de <https://blog.ucq.edu.mx/que-es-diplomado>

Definición (2020). *Definición de Fenalco Santander*. Obtenido de

<https://www.fenalcosantander.com.co/secciones/quienes-somos/fenalco.php>

Equipo editorial Etecé (21 de enero de 2021). *Definición de Seminario*. Obtenido de

<https://concepto.de/seminario/>

Fenalco Santander (2020). *70 años con los comerciantes de Santander y Colombia*. Obtenido

de <https://www.fenalcosantander.com.co/secciones/quienes-somos/historia.php>

Fenalco Santander (2021). Portafolio de beneficios Fenalco Santander 2021. Obtenido de

<file:///C:/Users/fenalco/Downloads/PORTAFOLIO%20DE%20BENEFICIOS%20FENALCO%20SANTANDER%202021.pdf>

Fenalco Santander (2020). *Misión y visión*. Obtenido de

<https://www.fenalcosantander.com.co/secciones/quienes-somos/mision-vision.php>

Juanma Caurin (28 de diciembre de 2017). *Definición de Formación Empresarial*. Obtenido

de <https://www.emprendepyme.net/formacion-empresarial>

Myriam Quiroa (03 de noviembre de 2019). *Definición de Gremio*. Obtenido de :

<https://economipedia.com/definiciones/gremio.html>

Victoria Pintos (10 de enero de 2020). *Campaña: Un concepto, muchos usos. ¿Qué es?*

Obtenido de <https://blog.inconcertcc.com/que-es-una-campana-y-sus-usos/>