

**Informe de práctica empresarial en la empresa Fenalco Santander**

**Nicol Valeria Ardila Parra**

**Informe final de práctica empresarial presentado para optar el título de Profesional en  
Negocios Internacionales**

**Director**

**Oscar Javier Zambrano Valdivieso**

**Magister en Dirección de Empresas - MBA**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Facultad de Negocios Internacionales**

**2026**

### **Dedicatoria**

A mi mamá, por su amor, apoyo y ejemplo constante, que me inspiran a dar lo mejor de mí cada día.

## Contenido

Introducción .....	11
1. Informe de práctica empresarial realizado en la empresa Fenalco Santander .....	12
1.1 Contexto de la práctica empresarial .....	12
1.2 Justificación.....	12
1.3 Objetivos .....	13
1.3.1 Objetivo general .....	13
1.3.2 Objetivos específicos .....	13
2. Perfil de la empresa.....	14
2.1 Razón social de la empresa .....	14
2.2 Objeto social de la empresa.....	14
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa .....	14
2.4 Estructura organizacional.....	15
2.4.1 Misión de la empresa.....	15
2.4.2 Visión de la empresa.....	15
2.4.3 Organigrama de la empresa .....	16
2.5 Aspectos económicos .....	17
2.5.1 Entorno macroeconómico.....	17
2.5.2 Entorno microeconómico .....	19
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa .....	19
2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa .....	20
3. Cargo y funciones desempeñadas .....	20
3.1 Cargo desempeñado .....	20

INFORME FINAL DE OPCIÓN DE GRADO PRÁCTICA EMPRESARIAL	4
3.2 Funciones asignadas .....	20
3.3 Procesos, procedimientos y herramientas .....	21
4. Marco conceptual y normativo .....	28
4.1 Marco conceptual .....	28
4.2 Marco normativo .....	28
5. Aportes .....	29
5.1 Propuesta de valor agregado .....	29
5.1.1 Identificación de la situación problemática .....	30
5.1.2 Contribución de conocimiento a la empresa .....	30
5.1.3 Impacto desde los resultados y/o logros .....	30
5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo .....	31
5.3 Plan de mejora .....	31
5.3.1 Aspecto a mejorar .....	31
5.3.2 Meta general .....	32
5.3.3 Acciones .....	32
5.3.4 Indicadores de seguimiento .....	33
5.3.5 Plan de acción .....	34
6. Conclusiones y recomendaciones .....	35
Referencias .....	36

**Lista de tablas**

<b>Tabla 1.</b> <i>Listado de funciones y horas asignadas</i> .....	21
<b>Tabla 2.</b> <i>Procesos, procedimientos y herramientas</i> .....	21
<b>Tabla 3.</b> <i>Marco normativo</i> .....	29
<b>Tabla 4.</b> <i>Ejemplo base de datos CRM actualizado</i> .....	32
<b>Tabla 5.</b> <i>Ejemplo segmentación de empresas CRM actualizado</i> .....	33
<b>Tabla 6.</b> <i>Indicadores de seguimiento</i> .....	33

**Lista de figuras**

<b>Figura 1.</b> <i>Logo de 80 años de Fenalco Santander</i> .....	15
<b>Figura 2.</b> <i>Organigrama de Fenalco Santander</i> .....	16
<b>Figura 3.</b> <i>Análisis PEST – Fenalco Santander.</i> ....	18
<b>Figura 4.</b> <i>Portafolio de productos y/o servicios de Fenalco Santander</i> .....	19
<b>Figura 5.</b> <i>Evidencia bienvenida nuevos afiliados</i> .....	22
<b>Figura 6.</b> <i>Evidencia del desarrollo evento Noche de los mejores 2025</i> .....	23
<b>Figura 7.</b> <i>Evidencia participación evento Cámara de Comercio Bucaramanga</i> .....	24
<b>Figura 8.</b> <i>Evidencia reuniones y coordinación del evento SUMATE 2026</i> .....	24
<b>Figura 9.</b> <i>Evidencia reuniones Cámara de comercio Bucaramanga y Cámara de Comercio Colombo Panameña</i> .....	25
<b>Figura 10.</b> <i>Evidencia participación rueda de negocios +Mi Pymes Sostenibles</i> .....	26
<b>Figura 11.</b> <i>Evidencia del evento Eco Digital y Conversatorio "El poder de la energía solar"...</i>	27
<b>Figura 12.</b> <i>Evidencia carta agradecimiento “Noche de los Mejores 2025”</i> .....	27
<b>Figura 13.</b> <i>Cronograma de actividades (Diagrama de Gantt - plan de mejora CRM)</i> .....	35

### **Resumen**

El siguiente informe tiene como objetivo describir el desarrollo de la práctica empresarial realizada en la Federación Nacional de Comerciantes de Santander (FENALCO Santander), en el área comercial de conexiones empresariales durante un periodo de cuatro meses, como opción de grado para optar por el título profesional en Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomas.

Uno de los principales aportes realizados fue la participación en la “Noche de los Mejores 2025” la gala que premia la excelencia santandereana, la creación y organización del evento “SUMATE 2026” en conjunto con la Universidad Pontificia Bolivariana, PROCOLOMBIA, y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, así como la participación en ruedas de negocios y entre otros.

Adicionalmente, se brindaron oportunidades de mejora en la gestión del CRM y los procesos de convocatoria, optimizando la comunicación directa con los afiliados. Como propuesta de valor agregado se planteó la inclusión de un programa de intermediación laboral para practicantes.

Finalmente, la práctica contribuyo de manera profesional y personal permitiendo que se aplicaran los conocimientos adquiridos durante la formación universitaria.

*Palabras clave:* Santander, negocios, Universidad, comerciantes

### **Abstract**

The following report aims to describe the development of the business practice carried out at the National Federation of Merchants of Santander (FENALCO Santander), in the commercial area of business connections over a period of four months, as a degree option to obtain a professional degree in International Business from the University of Santo Tomas.

One of the main contributions made was participation in the “Noche de los Mejores 2025” (Night of the Best 2025), the gala that rewards excellence in Santander, the creation and organization of the “SUMATE 2026” event in conjunction with the Pontifical Bolivarian University, PROCOLOMBIA, and the Bucaramanga Chamber of Commerce, as well as participation in business roundtables, among others.

Additionally, opportunities for improvement in CRM management and call processes were provided, optimizing direct communication with affiliates. As a value-added proposal, the inclusion of a job placement program for interns was proposed.

Finally, the internship contributed professionally and personally, allowing the knowledge acquired during university training to be applied.

*Keywords:* Santander, business, university, merchants

## Glosario

*Ámbito:* espacio o área en la que se desarrolla una actividad, situación o estudio, ya sea en un contexto social, académico, laboral, económico o geográfico. (Real Academia Española, 2024)

*Comercio local:* actividad económica que consiste en la compra y venta de bienes o servicios dentro de una comunidad o región específica, contribuyendo al desarrollo económico y social del entorno. (StudySmarter, 2026)

*Eficiencia:* capacidad de realizar una tarea o alcanzar un objetivo utilizando de manera adecuada los recursos disponibles, logrando los mejores resultados con el menor esfuerzo, tiempo o costo posible. (Real Academia Española, 2024)

*Gremio:* grupo u organización conformada por personas o empresas que pertenecen a un mismo sector económico o profesional, con el fin de representar sus intereses comunes y promover su desarrollo. (Servicios de información de EBSCO, 2026)

*Incentivar:* estimular o motivar a una persona o grupo para que realice determinada acción, mediante beneficios, reconocimientos o apoyos que impulsen su desempeño. (Real Academia Española, 2019)

*Mesas sectoriales:* espacios de diálogo y participación en los que se reúnen representantes de distintos sectores para analizar problemáticas, proponer soluciones y coordinar acciones que fortalezcan su actividad. (Consejo Directivo Nacional del SENA)

*Procesos:* conjunto de actividades organizadas de manera lógica y secuencial que permiten transformar insumos en resultados, con el fin de alcanzar un objetivo específico. (Real Academia Española, 2024)

*Revisoría fiscal:* función de control y supervisión encargada de vigilar que las operaciones financieras y administrativas de una organización se realicen conforme a la ley, garantizando transparencia y confiabilidad en la información contable. (Gerencie, 2022)

### **Introducción**

La práctica empresarial se desempeñó en un periodo de 4 meses en Fenalco Santander, en el departamento comercial y de conexiones empresariales, espacio en el que se participó activamente en procesos de fortalecimiento empresarial. las funciones asignadas incluyeron el apoyo en el desarrollo de actividades gremiales, la convocatoria empresarial y la gestión de proyectos como SUMATE2026, entre otros, con apoyo de instituciones públicas, así como la realización de capacitaciones especializadas enfocadas en el conocimiento y progreso de los distintos sectores pertenecientes a la federación.

Asimismo, se brindó apoyo en la planeación y desarrollo de eventos empresariales, participando en la ejecución de la Noche de los Mejores 2025, evento insignia de Fenalco Santander que reconoce la excelencia empresarial. Esta experiencia permitió adquirir conocimientos en logística, coordinación y trabajo en equipo.

En este sentido, la práctica empresarial en Fenalco Santander represento una oportunidad importante para la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la formación académica en Negocios Internacionales, así como para el desarrollo de habilidades personales en un entorno real y orientado.

## **1. Informe de práctica empresarial realizado en la empresa Fenalco Santander**

### **1.1 Contexto de la práctica empresarial**

La opción de grado elegida es la práctica empresarial con el fin de ganar experiencia en el ámbito laboral y, al mismo tiempo poner en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera de Negocios Internacionales. Esta práctica se realizó en FENALCO Santander, entidad perteneciente a la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), organización de gran importancia en el contexto económico nacional, ya que representa los intereses del sector económico y promueve el desarrollo empresarial de Colombia.

A nivel regional, FENALCO Santander cumple un papel fundamental en el fortalecimiento del tejido empresarial, mediante la generación de espacios de articulación, capacitación y apoyo a los diferentes sectores productivos. En este contexto la práctica oriento principalmente al apoyo del área comercial y de conexiones empresariales, enfocándose en la convocatoria empresarial y participando en iniciativas que promueven la integración y desarrollo del sector comercial.

### **1.2 Justificación**

Fenalco Santander identifico la necesidad de apoyo en áreas relacionadas con la proyección de los empresarios del departamento, esta necesidad se vio en la búsqueda de un perfil académico que aporte conocimientos en análisis de mercados, comercio exterior y relacionamiento empresarial, generando la vinculación de un practicante que apoye en procesos y genere propuesta de valor para los afiliados.

Se elige esta empresa como opción de grado porque se pueden poner en práctica los conocimientos adquiridos en el programa Negocios Internacionales en un entorno que impacta el

crecimiento del sector empresarial. Esta empresa me ofrece la oportunidad de comprender el comercio local e identificar estrategias que beneficien múltiples sectores.

EL aporte a la empresa se centra en la optimización de procesos en apoyo a los empresarios afiliados, como culminación de practica se evidencia una generación de propuestas que contribuyen a la eficiencia y crecimiento del gremio.

### **1.3 Objetivos**

#### ***1.3.1 Objetivo general***

Apoyar a FENALCO Santander en programas, proyectos y actividades comerciales para el fortalecimiento de la competitividad y la proyección internacional de los empresarios vinculados al gremio.

#### ***1.3.2 Objetivos específicos***

- Analizar el estado del CRM y el proceso de convocatoria a eventos, identificando debilidades en la gestión de información, segmentación de afiliados y efectividad de la comunicación.
- Evaluar los procesos de convocatoria empresarial utilizados durante el desarrollo de eventos, considerando tiempos de ejecución y niveles de participación obtenidos.
- Diseñar un plan de mejora orientado a la optimización del CRM y la estandarización del proceso de convocatoria, con el fin de aumentar la eficiencia operativa y la participación empresarial.

## **2. Perfil de la empresa**

### **2.1 Razón social de la empresa**

Federación Nacional de Comerciantes de Santander (FENALCO SANTANDER)

### **2.2 Objeto social de la empresa**

El objeto social de FENALCO SANTANDER es incentivar el crecimiento del comercio, orientar y representar los intereses de los empresarios y comerciantes con el fin de contribuir al desarrollo y progreso del país. Como gremio sin ánimo de lucro, la institución promueve servicios de valor fomentando la innovación y sostenibilidad.

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

- Federación Nacional de Comerciantes de Santander
- Dirección Cra 20. #36-49, Bolívar, Bucaramanga, Santander
- Teléfono 76972297
- Correo electrónico [practicanteintegracion@fenalcosantander.com.co](mailto:practicanteintegracion@fenalcosantander.com.co)
- Jefe directo: Carolina Chacón departamento comercial y de proyectos y convenios.

Tel. 322 8491525

Correo: [Cordinadoracomercial3@fenalcosantander.com.co](mailto:Cordinadoracomercial3@fenalcosantander.com.co)

**Figura 1.** *Logo de 80 años de Fenalco Santander*

Tomada Fenalco 2025

## **2.4 Estructura organizacional**

### **2.4.1 Misión de la empresa**

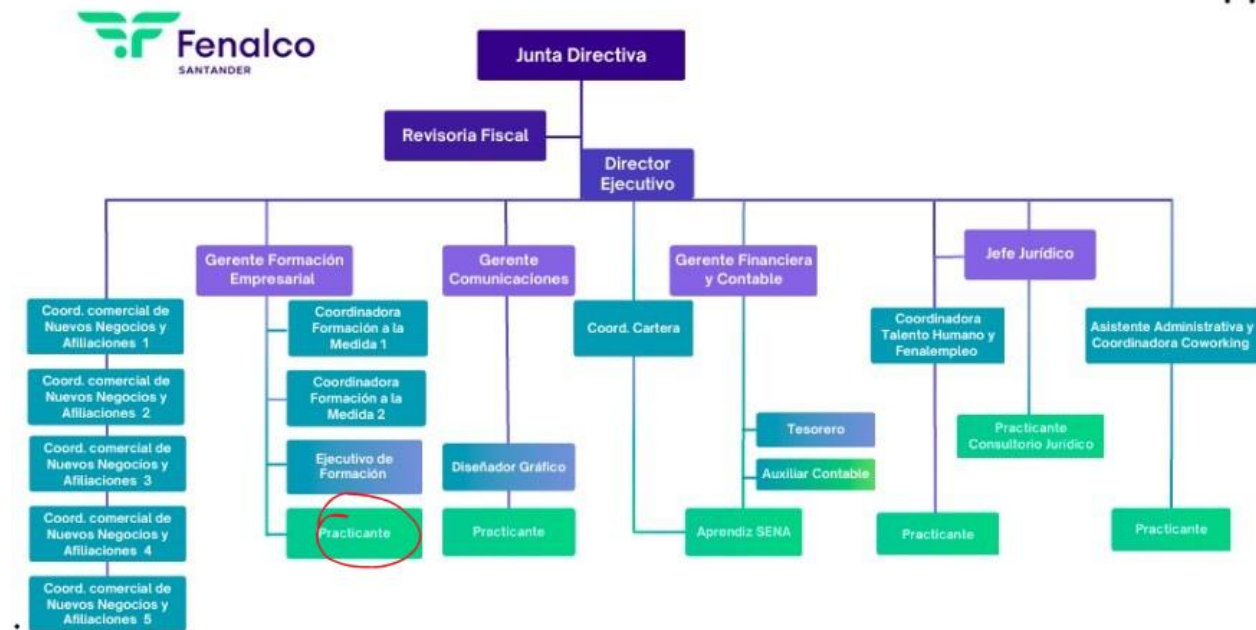
FENALCO trabaja por el bien de la Nación y el desarrollo del comercio. Para esto busca la justicia social, lucha por afianzar las instituciones democráticas y promueve la solidaridad gremial, eficiencia y modernización de los empresarios colombianos. Impulsa el desarrollo intelectual, económico y social,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

### **2.4.2 Visión de la empresa**

Para el 2025 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 destacará 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 instrucciones público – Privadas del departamento y será un referente para sus agremiados en el proceso de transformación del comercio.

2.4.3 Organigrama de la empresa

Figura 2. Organigrama de Fenalco Santander



Adaptado Fenalco, (2025)

La junta directiva define políticas generales y estrategias, Revisoría fiscal se encarga de la supervisión contable, financiera y legal de la entidad, El director ejecutivo lidera, coordina y vela por el cumplimiento de los objetivos de la junta; Los niveles gerenciales y de coordinación se dividen en las siguientes secciones: Gerencia de formación empresarial que es el responsable de diseñar y ejecutar los programas de capacitación empresarial, Gerencia de comunicaciones se encarga de los diseños visuales como piezas comunicativas y campañas, Gerencia financiera y contable es quien supervisa los registros contables y presupuestos, Área jurídica es el responsable de los asuntos legales, contratos y asesorías jurídicas a los afiliados, Área Comercial se encarga de la vinculación de nuevas empresas afiliadas y alianzas y desarrollo de proyectos comerciales.

## **2.5 Aspectos económicos**

A continuación, se explican los sectores Macroeconómico y Microeconómico de FENALCO Santander, donde macroeconómico se enfoca en los sectores generales de crecimiento, inflación y empleo. Y microeconómico se relaciona a los factores más cercanos de la organización como los afiliados, clientes y proveedores comerciales.

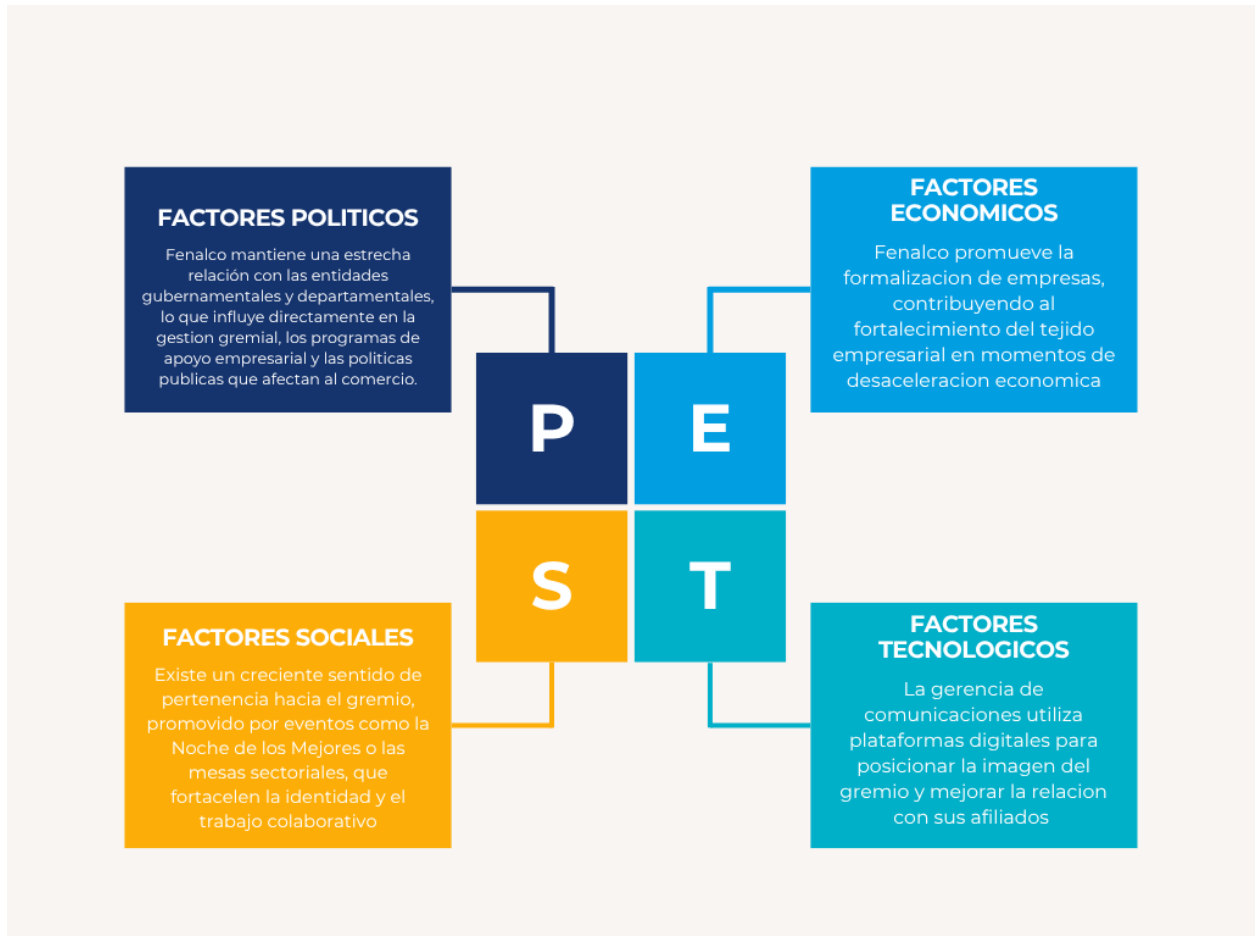
### ***2.5.1 Entorno macroeconómico***

El entorno macroeconómico de FENALCO Santander está gestionado por el comportamiento de la economía departamental y del país, enfocándose más en el consumo, el empleo, la inflación e inversión.

En Santander la economía se recuperó gradualmente luego de un periodo de desaceleración. En los sectores agropecuario, comercial y exportador el Producto Interno Bruto (PIB) evidencio un crecimiento del 3,4% en el tercer semestre del año 2025 reactivando el comercio.

Basado en la bitácora económica de FENALCO Santander, el 25% de los comerciantes reportaron disminución de ventas, el 39% se mantuvo y solo el 36% tuvo aumento, lo que evidencia que el entorno económico fue moderadamente favorable. Sin embargo, hubo sectores que presentaron dificultades en los costos operativos, la disminución de empleo y el clima político nacional.

Fenalco cumple un papel importante como gremio, apoya a los empresarios mediante asesorías y capacitaciones con el fin de fortalecer la competitividad regional y contribuyendo a la estabilidad del departamento.

**Figura 3.** Análisis PEST – Fenalco Santander.

Adaptado Fenalco (2025).

Los factores políticos evidencian que FENALCO Santander mantiene una relación con entidades gubernamentales a nivel departamental, lo cual permite incidir en la gestión gremial, los programas de apoyo empresarial y en la formulación de políticas públicas que impactan directamente al sector comercial. En cuanto a los factores económicos, se destaca el papel de FENALCO Santander en la promoción de formalización empresarial, contribuyendo especialmente en contextos de desaceleración económica. Por su parte, los factores sociales reflejan un sentido de pertenencia hacia el gremio, impulsado por la realización de eventos como la “La Noche de los Mejores” y mesas sectoriales, los cuales fomentan integración y trabajo colaborativo entre los afiliados. Finalmente, los factores tecnológicos muestran la importancia del

uso de herramientas digitales por parte de la gerencia de comunicaciones, permitiendo mejorar la visibilidad institucional, optimizar la comunicación y fortalecer la relación con los afiliados mediante plataformas digitales.

### 2.5.2 Entorno microeconómico

El entorno microeconómico de FENALCO Santander está conformado por los agentes que influyen de manera directa en los empresarios y comerciantes es decir los clientes, proveedores, competidores y relaciones comerciales.

Las empresas medianas, pequeñas y grandes forman parte del mercado objetivo que es el principal componente del entorno microeconómico, por lo que FENALCO Santander trabaja de manera directa y activa promoviendo y fortaleciendo su crecimiento.

El factor más importante es la relación de proveedores con aliados estratégicos, un ejemplo de estos son la Gobernación de Santander, la Cámara de Comercio de Bucaramanga y otras entidades Públicas y Privadas con las que se desarrollan ruedas de negocios y programas de fortalecimiento.

## 2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

**Figura 4.** Portafolio de productos y/o servicios de Fenalco Santander



Tomado Fenalco, (2025)

## **2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa**

FENALCO Santander principalmente atiende los sectores comerciales, de servicios y empresariales entre esos están:

- Sector de alimentos y víveres
- Construcción y bienes raíces
- Sector Automotriz
- Servicios turísticos y hoteleros
- Sector Gastronómico
- Textil y confecciones
- Salud y servicios funerarios

## **3. Cargo y funciones desempeñadas**

A continuación, se describe el cargo desempeñado en la Federación Nacional de Comerciantes Seccional de Santander.

### **3.1 Cargo desempeñado**

El cargo asignado es de Practicante Universitario en apoyo al área comercial, bajo la supervisión del Gerente Comercial Carolina Chacón y Coordinadora de Nuevos Negocios y Afiliaciones María Paula Carrascal.

### **3.2 Funciones asignadas**

- Apoyar las actividades gremiales dentro de las mesas sectoriales de Salud, Inmobiliarias, innovación sostenible, comercio exterior y textil.

- Apoyar en la planeación y ejecución del evento La Noche de los Mejores 2025 un evento propio de Fenalco Santander.
- Desarrollar y promover el evento SUMATE 2026 apoyando a la UPB y PROCOLOMBIA
- Realizar llamados para confirmación de datos y actualización del CRM

**Tabla 1.** *Listado de funciones y horas asignadas*

<i>Nombre de la Función</i>	<i>Horas por semana</i>
Convocatoria	12
Actualización CRM	7
Elaboración de Actas	4
Apoyar logística de eventos	10
Elaborar cotizaciones	5
Identificar posibles aliados y patrocinadores para eventos	10
<b>Total</b>	<b>48</b>

Tabla adaptada de FENALCO Santander (2025).

### 3.3 Procesos, procedimientos y herramientas

Este apartado detalla los procesos, procedimientos y herramientas utilizados durante la práctica en FENALCO Santander, proporcionando un marco claro para entender cómo se interrelacionan en el gremio. A continuación, en la tabla se evidencia cómo funcionan los procesos asignados, sus respectivos procedimientos y las herramientas necesarias para cumplir con las actividades en la empresa.

**Tabla 2.** *Procesos, procedimientos y herramientas*

<i>Procesos</i>	<i>Procedimiento</i>	<i>Herramientas</i>
Convocatoria	Recolección de datos y envío de información	Base de datos, computadora
Apoyo logístico de eventos	Acatar órdenes de manera eficiente y ordenada	Supervisión del evento, control del tiempo y atención a los asistentes.
Reuniones planificación de eventos	Selección del lugar, contratación de proveedores, coordinación de transporte	Computadora, aliados comerciales
Actualización CRM y Elaboración de actas	Ingreso de información al sistema y preparación de actas y diplomas	Computadora, programa CRM y base de datos

Tabla adaptada de FENALCO Santander (2025).

Apoyo a la Bienvenida de nuevos afiliados: se participó en la convocatoria y desarrollo del evento, que buscaba relacionar y presentar los servicios de FENALCO Santander a los nuevos empresarios afiliados. El estudiante gestiona comunicación con los empresarios mediante llamadas telefónicas y coordinó la participación entre 10 y 15 empresarios a la reunión.

**Figura 5.** Evidencia bienvenida nuevos afiliados



Se brindó apoyo en la realización del evento NOCHE DE LOS MEJORES 2025: se participó en las reuniones del equipo comercial para el desarrollo del evento, también en la convocatoria de patrocinadores, cotizaciones, gestión y desarrollo el día del evento. El estudiante tuvo comunicación directa con los gerentes de las empresas mediante llamadas telefónicas y correos electrónicos creando un lazo directo y exitoso para el evento y el gremio, tuvo a cargo los meseros del evento, se encargó de darles indicaciones y dirección para el funcionamiento correcto.

**Figura 6.** Evidencia del desarrollo evento Noche de los mejores 2025



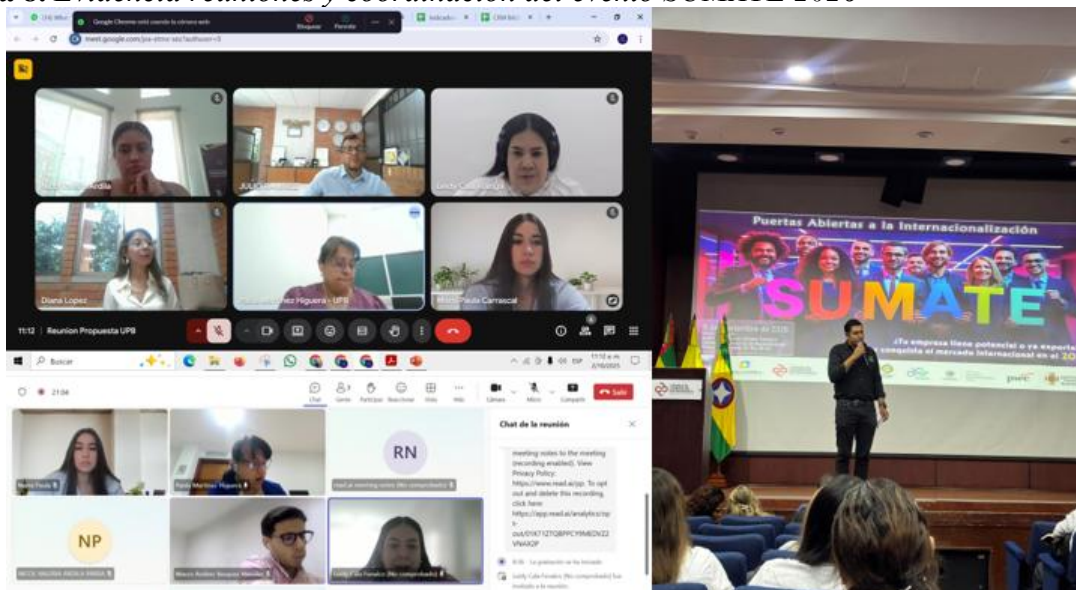
Se asistió al programa “Participación Privada” a cargo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el estudiante participó en la escucha de las nuevas propuestas de desarrollo para el departamento en representación de FENALCO Santander.

**Figura 7.** Evidencia participación evento Cámara de Comercio Bucaramanga



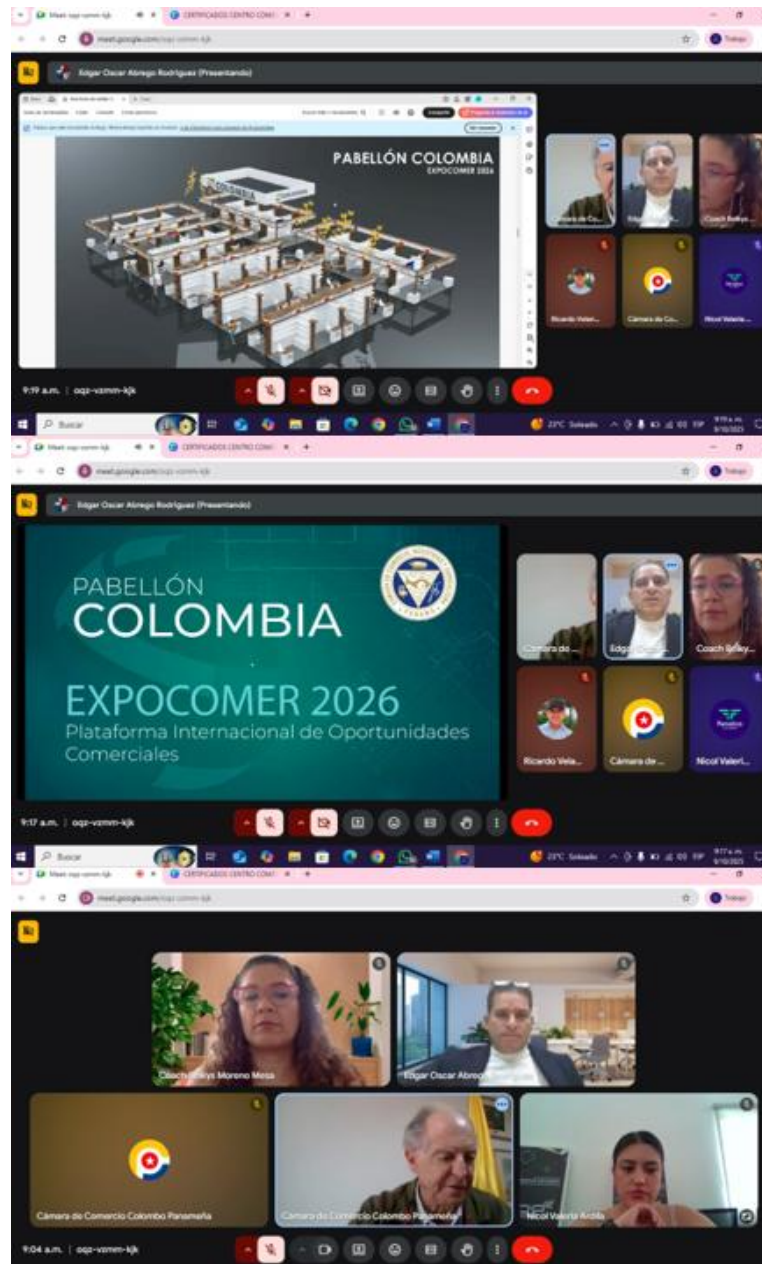
Se participo en la creación del evento SUMATE 2026 junto a la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), PROCOLOMBIA y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el estudiante se encargó de comunicarse de manera efectiva con las entidades participantes, la elaboración de fichas publicitarias y convocatoria empresarial mediante llamadas telefónicas, reuniendo más de 50 empresarios en el evento.

**Figura 8.** Evidencia reuniones y coordinación del evento SUMATE 2026



Se registro participación en las reuniones del evento próximo a realizarse en Panamá EXPOCOMER 2026, a cargo de la Cámara de Comercio Colombo Panameña con apoyo de la sede de Bucaramanga y FENALCO Santander, el estudiante aporoto ideas y convoco a las posibles empresas participantes del evento.

**Figura 9.** Evidencia reuniones Cámara de comercio Bucaramanga y Cámara de Comercio Colombo Panameña



Se formo parte de la primera rueda de negocios +Mi Pymes sostenibles a cargo de Comfenalco en representación de FENALCO Santander, donde el estudiante promovi6 y divulgo los servicios prestados por FENALCO Santander a los posibles nuevos afiliados al gremio.

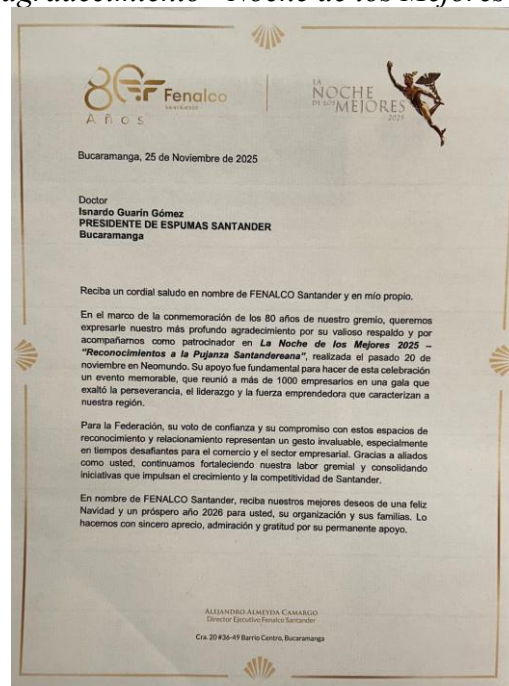
**Figura 10.** *Evidencia participación rueda de negocios +Mi Pymes Sostenibles*



Se contribuyo en la organizaci6n y funcionamiento del evento Eco Digital y el conversatorio reduce costos multiplica beneficios “el poder de la energía solar” a cargo de las empresas SACHAR, SAMS y EME, el estudiante creo las fichas publicitarias, alquiler del espacio, funcionamiento correcto de las instalaciones y convocatoria de los empresarios participantes.

**Figura 11.** Evidencia del evento *Eco Digital y Conversatorio "El poder de la energía solar"*

El estudiante realizó la carta de agradecimiento que fue enviada a todos los afiliados participantes del evento “Noche de los Mejores 2025” con el fin de fortalecer la relación con los afiliados

**Figura 12.** Evidencia carta agradecimiento “Noche de los Mejores 2025”

#### **4. Marco conceptual y normativo**

El marco conceptual es fundamental para el entendimiento de los temas tratados durante la práctica empresarial en FENALCO Santander. Este apartado aborda conceptos clave que sustentan la gestión de eventos comerciales.

##### **4.1 Marco conceptual**

*Convocatoria empresarial:* son las acciones y estrategias utilizadas en una organización para invitar o informar los eventos, capacitaciones o actividades que se realizarán próximamente, en el desarrollo de la práctica se participó activamente en los procesos de convocatoria mediante correos electrónicos y llamadas telefónicas.

*Eventos empresariales:* Son actividades organizadas con el propósito de generar espacios de interacción, formación, y reconocimiento entre empresarios, durante la práctica se apoyó la planeación y ejecución de diversos eventos.

*Gestión de base de datos:* consiste en la organización, actualización y administración de información, con el fin de garantizar su calidad, en la práctica empresarial fue importante el manejo de datos de los afiliados especialmente para el proceso de convocatoria donde se vio la necesidad de mejorar la calidad de los datos.

##### **4.2 Marco normativo**

El marco normativo organiza las actividades, funciones y servicios de FENALCO Santander basándose en la legislación vigente de la actividad empresarial.

**Tabla 3. Marco normativo**

<i>Ley</i>	<i>Descripción</i>
Constitución Política de Colombia (1991)	establece los principios fundamentales que rigen la actividad económica y empresarial en Colombia, respaldan la función gremial y la promoción del desarrollo empresarial.
Código de Comercio (Decreto 410 de 1971)	regula las actividades comerciales en Colombia, incluyendo los derechos y obligaciones de los comerciantes siendo fundamental para la labor de asesoría jurídica prestada por FENALCO Santander.
Ley 1480 de 2011	establece las normas que protegen los derechos de los consumidores, promoviendo relaciones comerciales transparentes.
Ley 905 de 2004	impulsa las MIPYMES en Colombia por medio de programadas de capacitación y acceso a los mercados
Normatividad Interna de FENALCO	se rige por estatutos y reglamentos internos los cuales establecen transparencia y responsabilidad orientando la conducta institucional.

Tabla adaptada de la normativa colombiana aplicada al contexto institucional de FENALCO Santander (2025).

## 5. Aportes

Durante la práctica empresarial en FENALCO Santander, el estudiante realizó diversas actividades que contribuyeron al fortalecimiento del área comercial, estas acciones respondieron positivamente a los objetivos planeados.

### 5.1 Propuesta de valor agregado

Durante el desarrollo de la práctica empresarial en FENALCO Santander, el estudiante identificó oportunidades de mejora relacionadas con el funcionamiento del CRM y al proceso de convocatoria de eventos, con el fin de mejorar la comunicación con los afiliados y aumentar su participación.

El aporte se enfoca en la organización y actualización de la base de datos, segmentando las empresas dependiendo sus Servicios, productos, tamaño de la empresa y ubicación, la actualización del CRM con plataformas de eventos y formularios de inscripción haciendo que sea más ágil la entrega de información y convocatoria de los empresarios.

### ***5.1.1 Identificación de la situación problemática***

El estudiante identifico que el funcionamiento del CRM se encontraba desactualizado y no tenía el funcionamiento correcto creando problemas en identificación de gerentes, correos electrónicos, números telefónicos y direcciones erróneas o desactualizadas, frente a esta situación se vio la necesidad de capacitar a los empleados de FENALCO Santander y dividir la base de datos en la cantidad de empleados para que se realizara el ajuste y permitir al equipo él envió de invitaciones y comunicación directa

### ***5.1.2 Contribución de conocimiento a la empresa***

Durante el desarrollo de la práctica empresarial, el estudiante apporto conocimientos relacionados con la segmentación de mercado, organizando la base de datos de los afiliados según variables como tipo empresa, sector económico y servicios ofrecidos, adicionalmente se aplicaron conceptos de marketing relacional, orientado a fortalecer la relación entre FENALCO Santander y sus afiliados, mediante él envió de información relevante, oportuna y segmentada contribuyendo a mejorar la interacción y el nivel de respuesta en los procesos de convocatoria a eventos

### ***5.1.3 Impacto desde los resultados y/o logros***

Dado que la propuesta fue aplicada con éxito, fue posible mejorar significativamente la eficiencia en los procesos de convocatoria y comunicación con los afiliados, logrando que él envió de invitaciones y calendarios se realizara de manera más ágil, organizada y efectiva. Finalmente, estos resultados fortalecieron la percepción de valor por parte de los afiliados, al recibir una comunicación más clara y organizada contribuyendo al posicionamiento institucional de FENALCO Santander.

## **5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo**

FENALCO Santander contribuyó al desarrollo profesional, académico y personal mediante comunicaciones y competencias.

En primer lugar, FENALCO Santander permitió aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en la universidad en áreas comerciales como en el desarrollo de eventos, comunicación organizacional y manejo de bases de datos. Así mismo se adquirió habilidades en la planeación y ejecución de eventos empresariales, participando activamente en todos los procesos y evaluando los resultados, fortaleció la capacidad de trabajo bajo presión y solución de problemas. Y la interacción constante con los empresarios permitió desarrollar una comunicación efectiva y trabajo en equipo.

Finalmente, esta experiencia ayudo a que el conocimiento y el perfil Profesional en Negocios Internacionales tuviera una visión real del mercado laboral.

## **5.3 Plan de mejora**

Diseñar e implementar un plan de mejora orientado a la optimización del funcionamiento y uso del CRM en FENALCO Santander, con el fin de mejorar la calidad de la información y fortalecer la gestión de los datos afiliados aumentando la efectividad en los procesos de comunicación y convocatoria empresarial.

### **5.3.1 Aspecto a mejorar**

El CRM de Fenalco Santander presenta desactualización en la información de los afiliados, registros duplicados y datos incompletos, lo cual dificulta la gestión de base de datos y la eficiencia en los procesos de convocatoria y comunicación.

### 5.3.2 Meta general

Lograr que, en un periodo de 4 meses, el CRM de FENALCO Santander cuente con al menos un 80% de la base de datos actualizada, depurada y segmentada, permitiendo mejorar su efectividad.

### 5.3.3 Acciones

*Diagnóstico del estado actual del CRM:* Se examinó la base de datos con el propósito de identificar inconsistencias, tales como duplicados, información incompleta, datos desactualizados y ausencia de segmentación. Este diagnóstico permitió establecer un punto claro para la implementación de mejoras, evidenciando debilidades en la calidad de datos y en los procesos de actualización.

*Depuración de la base de datos:* Se eliminaron los registros duplicados y desafiliados, con el fin de garantizar la confiabilidad de la información. Este proceso consistió en la revisión manual y sistemática de los datos, identificando coincidencias en nombres de empresas, correos electrónicos y números de contacto.

*Actualización información afiliados:* Se actualizaron los datos de contacto de los afiliados, incluyendo correos electrónicos, números telefónicos, direcciones y nombre de los representantes legales y gerentes. Esta actividad se realizó mediante contacto directo con las empresas a través de llamadas telefónicas y validación de información existente, asegurando que los datos fueran verídicos y actuales.

**Tabla 4.** Ejemplo base de datos CRM actualizado

Empresa	Correo	Teléfono	Dirección
Surtidora de confecciones	gerente@surtidoradeconfecciones.com	3174371364	CL 35 #16 -61 Centro
Sachar Fotovoltaica	fotovoltaica@sachar.com.co	3213016100	Cra 34 #54-46 Bucaramanga

Tabla adaptada de los registros de actualización de la base de datos CRM de FENALCO, utilizada con fines académicos (2025).

*Segmentación de la base de datos:* Una vez actualizada la información, se implementó un proceso de clasificación de los afiliados según su sector económico, tamaño de la empresa y tipos de servicios ofrecidos. Esta segmentación permitió mejorar la organización de la información y facilitar la comunicación y convocatoria.

**Tabla 5.** *Ejemplo segmentación de empresas CRM actualizado*

<i>Empresa</i>	<i>Sector</i>	<i>Tamaño</i>	<i>Ubicación</i>
Coomultrasán multiactiva	electrodomésticos	Grande	Provincia de soto II
Zona franca Santander	Comercio exterior	Grande	Kilómetro 4 anillo vial

Tabla adaptada de la segmentación aplicada en el CRM de FENALCO Santander (2025).

*Capacitación al personal en el uso del CRM:* Finalmente, se desarrollaron espacios de capacitación dirigidos al personal encargado del manejo del CRM, con el objetivo de garantizar el uso adecuado, incluyendo el ingreso de datos, actualización y uso comercial y de comunicación.

### 5.3.4 Indicadores de seguimiento

**Tabla 6.** *Indicadores de seguimiento*

<i>Indicador</i>	<i>formula</i>	<i>Meta</i>
Base de datos actualizada	$\text{Registros actualizados} / \text{total de registros} * 100$	90%
Registros depurados	Numero de duplicados	100%
Tasa de efectividad de envío	$\text{Correos entregados correctamente} / \text{total enviados}$	95%
Nivel de segmentación	$\text{Registros clasificados} / \text{total de registros}$	56%
Tiempo de gestión	Reducción en tiempo de convocatoria	-30%

Tabla adaptada con base a la gestión de la base de datos CRM (2025).

El primer indicador mide el porcentaje de información que ha sido revisada y actualizada correctamente, el segundo indicador evalúa la eliminación de registros repetidos o erróneos, el tercer indicador mide que tan efectivo es el envío de información, el cuarto indicador mide que tan organizada esta la base de datos según el sector, tamaño y servicio, y por último el quinto indicador evalúa la disminución del tiempo que tarda en realizar la convocatoria.

Con el fin de evidenciar la aplicación de los indicadores propuestos, se presentan a continuación ejemplos.

*Base de datos:* para este indicador, se tomaron 500 de los 800 registros de CRM, de los cuales 450 fueron actualizados correctamente  $(450/500) * 100 = 90\%$ , este resultado indica que se alcanza la meta establecida, evidenciando confiabilidad en la información

*Registros depurados:* Se identificaron 80 registros duplicados dentro de la base de datos, los cuales fueron eliminados  $80/80 * 100 = 100\%$ , se cumplió con la depuración total de la información

*Tasa de efectividad de envíos:* se realizó un envío de un correo electrónico a 400 de los afiliados, de los cuales 380 fueron entregados correctamente  $(380/400) * 100 = 95\%$ , este resultado evidencia una mejora en los procesos de comunicación

*Nivel de segmentación:* de un total de 800 registros, se tomaron 450 para ser clasificados según criterios como sector, tamaño y servicio o producto  $(450/800) * 100 = 56,25\%$ , esto evidencia un avance en la organización de la información

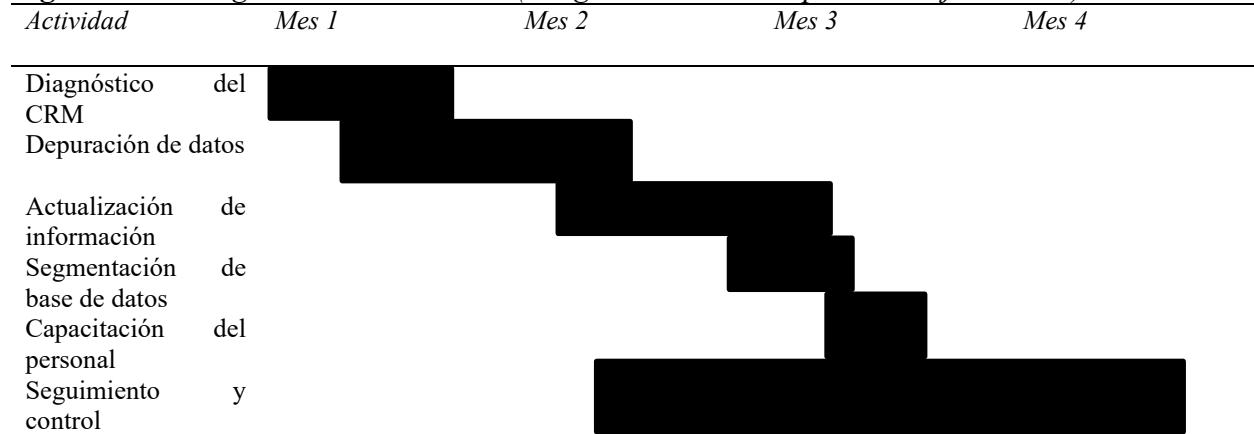
*Tiempo de gestión:* Antes de la implementación del plan, el proceso de convocatoria tomaba aproximadamente 10 días, y se redujo a 7,  $((10-7) / 10) * 100 = 30\%$  esto representa una reducción del 30% en el tiempo de gestión, evidenciando una mejora en la eficiencia del plan

### **5.3.5 Plan de acción**

El plan de acción se creó por un periodo de 4 meses, correspondiente a la duración de la práctica empresarial, inicialmente el diagnóstico del CRM, seguido de la depuración y actualización de la base de datos, se segmentó la información y se realizó la capacitación del

personal. Finalmente se estableció un proceso de seguimiento continuo, garantizando su efectividad.

**Figura 13.** Cronograma de actividades (Diagrama de Gantt - plan de mejora CRM)



## 6. Conclusiones y recomendaciones

La práctica empresarial desarrollada en Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO Santander) permitió aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación académica en Negocios Internacionales, fortaleciendo competencias en áreas como la gestión comercial, la logística de eventos y comunicación organizacional. Durante la práctica se logró una participación en el desarrollo de actividades gremiales, evidenciando un proceso constante en la convocatoria, organización y ejecución de eventos, así como en la interacción directa con los afiliados.

Asimismo, esta experiencia contribuyó al desarrollo de habilidades fundamentales para el desempeño profesional, tales como el trabajo en equipo, la proactividad y la capacidad de solucionar problemas en entornos dinámicos. La interacción constante con empresarios, entidades públicas y privadas, permitió fortalecer el perfil profesional.

De igual manera la práctica permitió identificar oportunidades de mejora dentro de la organización, especialmente con el funcionamiento del CRM.

Finalmente, la experiencia en FENALCO dio la oportunidad de integrar el conocimiento teórico en la realidad laboral y aportar al crecimiento profesional y personal. Se recomienda a FENALCO Santander seguir fortaleciendo los procesos de actualización del CRM, y se recomienda realizar evaluaciones periódicas con el fin de medir el impacto de las mejoras implementadas.

### Referencias

Ardila, N. (2026, abril 15). Canva.link. <https://canva.link/vc4f60kr7uhvplm>

Fenalco. (2025, marzo 19). Bitacora economica marzo 2025. <https://www.fenalco.com.co/blog/economico-3/bitacora-economica-marzo-2025-79>

Colombia. (1971). Código de comercio de Colombia. <https://portal.camarapamplona.org.co/sites/default/files/CodigodeComercio.pdf>

Fenalco Santander. (2021, enero). Estatutos Fenalco. <https://fenalcosantander.com.co/estatutos-fenalco/>

Fenalco. (s.f.). Federación Nacional de Comerciantes Empresarios. <https://www.fenalco.com.co/>

Fenalco Santander. (2026, febrero). Servicios. <https://fenalcosantander.com.co/servicios/>

Función Pública. (2011, octubre 12). Ley 1480 de 2011 – Gestor normativo. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Función Pública. (2004, agosto 2). Ley 905 de 2004 – Gestor normativo. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501>

Constitución política de Colombia. (1991). Preámbulo. <https://www1.funcionpublica.gov.co/documents/418537/37742455/constitucion-politica-de-colombia-91.pdf/10e1ba89-82ef-4c36-543d-447d99a6a17d>

Fenalco Santander. (2021, enero). Representación gremial.

<https://fenalcosantander.com.co/representacion-gremial/>