

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

**Isari Camila Celis Calderon**

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

**Director**

**Oscar Javier Zambrano Valdivieso**

**Magíster en Gerencia de Negocios (MBA)**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

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

**Facultad de Negocios Internacionales**

**2026**

### **Dedicatoria**

Principalmente agradezco a Dios quien es la guía en cada paso de mi camino y en cada meta alcanzada. A mis padres, Nelson Celis y Amanda Calderon, por su apoyo incondicional, por creer en mis decisiones y por formarme con amor, ejemplo y respeto, impulsándome a alcanzar logros que también hicieron parte de sus sueños. A mis hermanos Yair Celis y Neider Celis, quienes han sido una fuente constante de apoyo y motivación gracias a su cariño y acompañamiento diario.

Agradezco igualmente a mis docentes, por compartir sus conocimientos y aportar a la formación de profesionales íntegros, con liderazgo y compromiso. Finalmente, a los amigos que conocí durante la carrea, por su compañía, apoyo y ánimo durante los momentos más desafiantes de este proceso.

## Contenido

Introducción .....	11
1. Informe de práctica empresarial realizado en la Federación Nacional de Comerciantes FENALCO (Santander) .....	13
1.1 Contexto de la práctica empresarial .....	13
1.2 Justificación.....	13
1.3 Objetivos .....	14
1.3.1 Objetivo general .....	14
1.3.2 Objetivos específicos.....	14
2. Perfil de la empresa.....	15
2.1 Razón social de la empresa .....	15
2.2 Objeto social de la empresa.....	16
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa .....	16
2.3.1 Ubicación de Fenalco Santander en Bucaramanga .....	16
2.3.2. Correo electrónico .....	17
2.3.3. Jefe inmediato:.....	18
2.3.4. Director ejecutivo .....	18
2.4 Estructura organizacional.....	18
2.4.1 Misión de la empresa.....	18
2.4.2 Visión de la empresa .....	18
2.4.3 Organigrama de la empresa .....	18
2. 5 Aspectos económicos .....	20
2.5.1 Entorno macroeconómico.....	20

2.5.2 Entorno Microeconómico .....	21
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa .....	24
2.6.1 Nuestros beneficios .....	25
2.6.2 Nuestros expertos .....	25
2.6.3 Nuestras soluciones .....	27
2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa .....	28
3. Cargo y funciones desempeñadas .....	29
3.1 Cargo desempeñado .....	29
3.2 Funciones asignadas.....	30
3.3 Procesos, procedimientos y herramientas .....	31
3.4 Plan de trabajo.....	32
3.5 Cronograma de actividades desarrolladas .....	34
4. Marco conceptual y normativo .....	38
4.1 Marco conceptual .....	38
4.2 Marco normativo.....	40
5. Aportes.....	41
5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa .....	42
5.1.1 Identificación de la situación problémica.....	43
5.1.2 Contribución de conocimiento a la empresa.....	44
5.1.3 Impacto desde los resultados y/o logros .....	45
5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo .....	46
5.3 Plan de mejora.....	48
6. Conclusiones y recomendaciones .....	49

Referencias..... 52

**Lista de tablas**

<b>Tabla 1.</b> <i>Análisis PESTAL – Fenalco Santander</i> .....	20
<b>Tabla 2.</b> <i>Plan de trabajo</i> .....	33
<b>Tabla 3.</b> <i>Actividades desarrolladas durante la práctica</i> .....	42
<b>Tabla 4.</b> <i>Organización de las bases de seguimiento de interesados</i> .....	45
<b>Tabla 5.</b> <i>Propuesta de plan de mejora para el fortalecimiento de la segmentación de mercado potencial para los programas de formación empresarial de Fenalco Santander</i> .....	48

**Lista de figuras**

<b>Figura 1.</b> <i>Ubicación geográfica de Fenalco en Bucaramanga</i> .....	17
<b>Figura 2.</b> <i>Instalaciones de Fenalco en la ciudad de Bucaramanga</i> .....	17
<b>Figura 3.</b> <i>Organigrama de Fenalco Santander</i> .....	19
<b>Figura 4.</b> <i>Página web oficial de Fenalco Santander – Sección portafolio de servicios</i> .....	24
<b>Figura 5.</b> <i>Página web de Fenalco Formación – Sección formación</i> .....	25
<b>Figura 6.</b> <i>Evento de formación empresarial</i> .....	26
<b>Figura 7.</b> <i>Página web de Fenalco Santander – Sección servicios</i> .....	28
<b>Figura 8.</b> <i>PIB por departamento 2023</i> .....	29
<b>Figura 9.</b> <i>Registro del manejo del correo electrónico durante las prácticas</i> .....	35
<b>Figura 10.</b> <i>Material informativo sobre los programas académicos realizados durante las prácticas</i> .....	36
<b>Figura 11.</b> <i>Reuniones con el equipo de trabajo sobre la planeación del 2026</i> .....	37
<b>Figura 12.</b> <i>Apertura del programa “Neurohack” con el docente internacional Daniel Castro</i> .	37
<b>Figura 13.</b> <i>Base de datos de seguimiento de interesados por programa</i> .....	45

### Resumen

En el presente documento se describe el desarrollo de las prácticas empresariales que fueron realizadas en el área de Formación de Fenalco Santander, las cuales se enfocaron en el apoyo a los procesos de capacitación empresarial y en la mejora de la gestión de información de los programas de formación. **Problema:** Durante las prácticas se identificaron diversas debilidades en la segmentación de los clientes potenciales y en el seguimiento de los leads, lo cual generaba una comunicación poco efectiva y a su vez limitaba el alcance de los programas de formación debido a que las campañas le llegaban a un público incorrecto. **Objetivo:** Fortalecer la segmentación, el seguimiento y la comunicación de los interesados, logrando ponerlos en un lugar más competitivo al nivel de otras empresas, y empezar a generar una proyección internacional del gremio desde la formación académica en Negocios Internacionales. **Método:** El plan de trabajo se basó en la recopilación y organización de la información que se tenía en Fenalco Santander, el acompañamiento en campañas de difusión, el seguimiento individual de leads y la incorporación de herramientas digitales orientadas a mejorar la comunicación con empresarios y afiliados. **Resultados:** Las actividades desarrolladas permitieron optimizar el manejo de bases de datos, facilitar una comunicación más clara y segmentada alineada con las necesidades reales del sector empresarial y de esta manera mejorar el control del estado de los interesados permitiendo que los programas de formación tuvieran un mayor alcance. **Discusión:** Estas acciones evidencian la importancia de integrar enfoques de marketing, segmentación y visión internacional en los procesos formativos de las organizaciones gremiales, contribuyendo al fortalecimiento institucional y al desarrollo empresarial regional.

*Palabras clave:* prácticas empresariales, segmentación de mercados, formación empresarial, competitividad, Fenalco Santander.

### **Abstract**

In the present document, the development of the business internships carried out in the Training area of Fenalco Santander is described. These internships focused on supporting business training processes and improving the management of information related to training programs. **Problem:** During the internships, several weaknesses were identified in the segmentation of potential clients and in lead follow-up, which resulted in ineffective communication and, in turn, limited the reach of the training programs, since the campaigns were directed at an incorrect audience. **Objective:** To strengthen the segmentation, follow-up, and communication with interested parties, placing them in a more competitive position compared to other companies, and to begin generating an international projection of the guild through academic training in International Business. **Method:** The work plan was based on the collection and organization of the information available at Fenalco Santander, support in dissemination campaigns, Individual lead tracking and the incorporation of digital tools aimed at improving communication with entrepreneurs and affiliates. **Results:** The activities carried out made it possible to optimize database management, facilitate clearer and more segmented communication aligned with the real needs of the business sector, and thus improve control over the status of interested parties, allowing the training programs to achieve greater reach. **Discussion:** These actions highlight the importance of integrating marketing approaches, segmentation, and an international perspective into the training processes of guild organizations, contributing to institutional strengthening and regional business development.

*Keywords:* business internships, market segmentation, business training, competitiveness, Fenalco Santander

### **Glosario**

*Afiliado:* es una empresa o persona natural vinculada formalmente a una organización gremial para recibir servicios, beneficios institucionales y representación.

*Competitividad:* es la capacidad de una empresa o sector para sostener y mejorar su posición en el mercado mediante la innovación y adaptación al entorno económico.

*Digitalización:* el proceso a través del cual las organizaciones integran tecnologías digitales para optimizar procesos toma de decisiones y comunicación.

*Gremio:* la organización que agrupa empresas de un mismo sector económico con el fin del representar y defender intereses comunes.

*Lead:* una persona u organización que manifiesta interés en un producto o servicio y cuyos datos permiten iniciar un proceso de seguimiento comercial.

*Mipymes:* son micro, pequeñas y medianas empresas clasificadas según número de empleados y nivel de ingresos, fundamentales para el desarrollo económico.

*Omnicanalidad:* es una estrategia que integra canales de comunicación y venta para ofrecer una experiencia coherente al cliente.

*Segmentación:* el proceso de división del mercado en grupos homogéneos de clientes con características y necesidades similares.

## **Introducción**

El presente informe de prácticas empresariales se desarrolla en cumplimiento de los requisitos para la culminación del programa de Negocios Internacionales, llevado a cabo en la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) Seccional Santander, durante el periodo comprendido entre agosto 2025 y diciembre 2025. La experiencia de estas prácticas se centró en el área de Formación Empresarial, un área estratégica dentro de la organización, la cual tiene la misión de fortalecer las capacidades, la sostenibilidad, la competitividad y la educación de los empresarios de la región. Sin embargo, a partir de la investigación del área se identificaron diferentes desafíos significativos en torno a la propuesta de valor, el posicionamiento competitivo y la efectividad de la segmentación de mercado para sus programas frente a las plataformas internacionales de educación virtual que es altamente creciente. Estas dificultades se reflejan en la baja tasa de conversión de personas interesadas a participantes, la percepción de costos elevados en algunos de sus programas y la falta de diferenciación en la experiencia ofrecida al mercado.

A partir de la experiencia obtenida durante la realización de las prácticas en la institución como estudiante de negocios internacionales, se evidenció la necesidad de fortalecer la oferta académica de Fenalco Santander en temas vinculados con la dinámica del comercio exterior. A pesar de que cuentan con una amplia gama de programas de formación empresarial, hay una brecha en los contenidos relacionados con temas internacionales y estrategias de internacionalización principalmente para las MIPYMES, que son competencias clave hoy en día para el desarrollo de empresas. Esta ausencia limita la capacidad del gremio para ofrecer una formación alineada con los retos de la globalización y con las demandas que hay en el mercado laboral, en el cual el conocimiento en operaciones internacionales es un factor diferencial para la competitividad.

La importancia de este trabajo radica en su aporte a la mejora continua del área, a partir de la aplicación de conocimientos adquiridos durante la formación académica. El plan de mejora se orienta al fortalecimiento de la competitividad y la proyección internacional de la oferta formativa de Fenalco Santander, a través de la integración de contenidos con enfoque en comercio exterior, mercados internacionales y estrategias de internacionalización para las MIPYMES. Del mismo modo, se fundamenta en la optimización de la comunicación digital de los programas de formación, la centralización y depuración continua de la base de datos de interesados, así como la implementación de un sistema de seguimiento y evaluación que permita medir el impacto de las campañas y del seguimiento a los leads. El objetivo de esto es buscar mejorar la efectividad de la difusión, fortalecer la relación con los empresarios y aumentar el porcentaje de participación en los programas académicos.

## **1. Informe de práctica empresarial realizado en la Federación Nacional de Comerciantes FENALCO (Santander)**

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

En el área de formación de Fenalco Santander, los practicantes apoyan de manera directa la organización y ejecución de programas académicos dirigidos al sector empresarial. Sus actividades incluyen el acompañamiento en la logística de cursos y seminarios, buscando que cada proceso sea ágil y eficiente. Además, contribuye en la creación de materiales, análisis de tendencias internacionales y la exploración de posibles alianzas externas que impulsen la proyección global del gremio.

### **1.2 Justificación**

El presente informe de práctica empresarial se justifica abordando la necesidad fortalecer la formación empresarial de Fenalco Santander desde una perspectiva alineada con las demandas de la globalización y con las necesidades del mercado.

Desde el enfoque teórico y profesional de la carrera de Negocios internacionales, esta práctica se eligió opción de grado para aplicar y validar conocimientos avanzados de Marketing Internacional y negociación estratégica. Dado que los negocios internacionales son muy importantes para Santander, el informe se enfoca en resolver problemas concretos como la baja conversión de leads en clientes y la segmentación ineficaz, mediante el Benchmarking internacional de otros modelos, lo que brindó la oportunidad de pasar de la teoría a la formulación y el desarrollo de una solución práctica generando un Plan de Mejora.

En esa línea, la relevancia empresarial de este trabajo radica en brindar a Fenalco una estrategia de posicionamiento más sólida y competitiva, que pueda responder a los retos que hay actualmente en el mercado. Durante el desarrollo de la práctica se identificó una debilidad en los contenidos relacionados con comercio exterior, que son esenciales para fortalecer las capacidades de los empresarios y generar un impacto económico al mejorar la capacidad de las MIPYMES locales para competir en mercados globales. El informe, por lo tanto, busca entregar a Fenalco una ruta clara para transformar su oferta en un motor clave de la expansión comercial de Santander.

### **1.3 Objetivos**

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

El objetivo de esta práctica es diseñar un plan de mejora estratégico para el área de Formación Empresarial de Fenalco Santander, desde la perspectiva de Negocios Internacionales, orientado a fortalecer su posicionamiento competitivo, optimizar la segmentación para sus programas y darle un valor agregado a su oferta académica, con el fin de optimizar la conversión de clientes y ampliar el alcance de su servicio.

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

- Diagnosticar el estado actual del área de Formación Empresarial, identificando las debilidades principales en su propuesta de valor, su posicionamiento competitivo y la segmentación del mercado teniendo así un diagnóstico inicial

- Proponer un conjunto de estrategias de marketing y posicionamiento orientadas a la fidelización de los empresarios afiliados al gremio, elevando la percepción de valor y calidad de los programas de formación
- Elaborar el plan de mejora que consolide las acciones necesarias optimizando la competitividad del área de formación y proyectando su alcance hacia escenarios internacionales
- Realizar un seguimiento de satisfacción de los participantes en cada programa académico, evaluando su impacto en el fortalecimiento y crecimiento de las empresas

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

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. Fenalco impulsa el desarrollo intelectual, económico y social, de todas las personas vinculadas al Gremio, busca promover el crecimiento del comercio, brindar representación, orientación y defensa de los intereses de las empresas, sin fines de lucro, bajo un enfoque basado en el progreso nacional, y es un foro de discusión sobre los problemas del país (Fenalco Santander, s. f.)

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

La Federación Nacional de Comerciantes – Fenalco Santander es una entidad gremial sin ánimo de lucro, con personería jurídica reconocida desde su constitución como seccional. Su domicilio en Bucaramanga está ubicado en la Carrera 20 # 36 – 39, Barrio Centro. Su Nit es

860013488-7 y tienen como objetivo principal promover el desarrollo del comercio regional, representar y proteger los intereses de sus afiliados, contribuyendo al progreso empresarial con un enfoque de bienestar colectivo (Fenalco Santander, s. f.)

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

Promover el crecimiento del comercio, brindar orientación, representación y defensa de sus intereses, sin ánimo de lucro, bajo de un enfoque de bienestar y progreso del país.

La Federación Nacional de Comerciantes Empresarios, FENALCO, Seccional Santander 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 (*Federación Nacional de Comerciantes Empresarios – FENALCO Santander, 2021*)

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

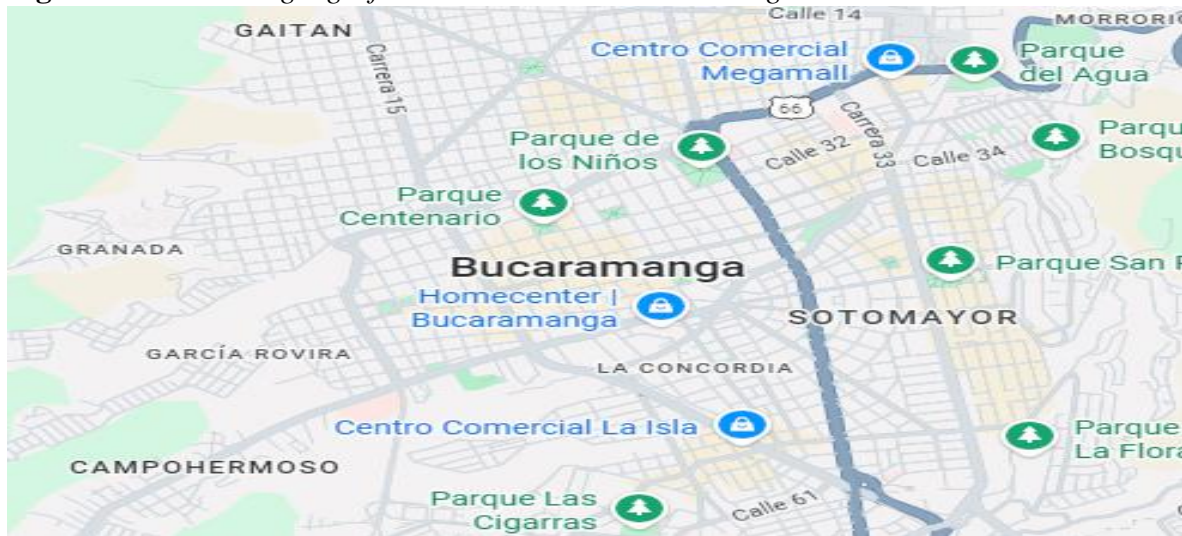
Durante el desarrollo de la práctica empresarial, la vinculación fue en el área de Formación Empresarial de Fenalco Santander, bajo la supervisión del equipo encargado de coordinar y realizar programas de desarrollo y capacitación empresarial.

### **2.3.1 Ubicación de Fenalco Santander en Bucaramanga**

- *Dirección:* carrera 20 # 36 – 49 Centro, Bucaramanga, Santander

En la figura 1 se aprecia la ubicación geográfica de la seccional de Fenalco en Bucaramanga, en la figura 2 se aprecia la entrada a sus instalaciones

**Figura 1.** *Ubicación geográfica de Fenalco en Bucaramanga*



*Nota: tomado de (Google maps, s.f).*

**Figura 2.** *Instalaciones de Fenalco en la ciudad de Bucaramanga*



*Nota. Fotografía tomada en la entrada de Fenalco Santander, 2025*

**2.3.2. Correo electrónico** [ejecutivaformacion5@fenalcosantander.com.co](mailto:ejecutivaformacion5@fenalcosantander.com.co)

**2.3.3 Jefe inmediato:** Leydi Cala Riatiga - Gerente de formación

**2.3.4 Director ejecutivo:** Alejandro Almeyda Camargo - director ejecutivo de Fenalco Santander

## **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 (Federación Nacional de Comerciantes Empresarios Fenalco Santander, 2021)

### **2.4.2 Visión de la empresa**

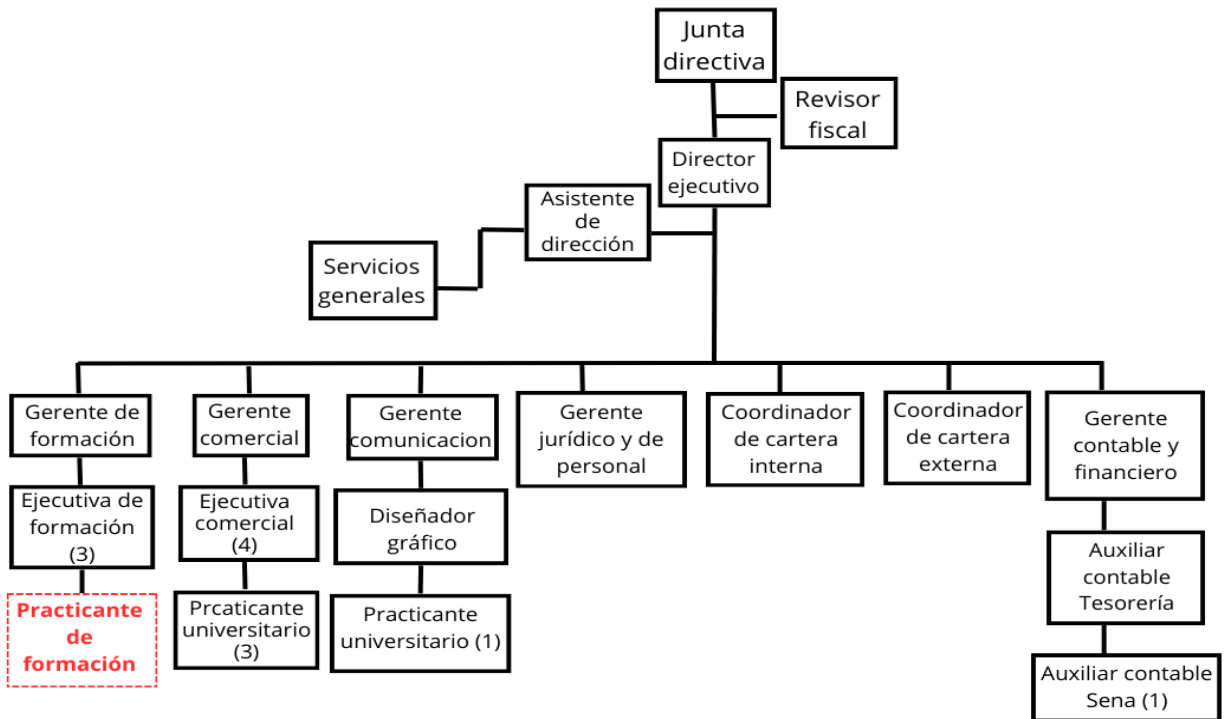
Para el 2025 FENALCO Santander será el aliado estratégico por excelencia del empresario Santandereano, contará con más de 1.000 afiliados directos activos en la región, que fortalecerán la sostenibilidad financiera y se destacará por su liderazgo en la innovación en sus procesos y servicios prestados 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 (Federación Nacional de Comerciantes Empresarios Fenalco Santander, 2021)

### **2.4.3 Organigrama de la empresa**

Fenalco Santander tiene una estructura organizacional que se compone de diversas áreas que funcionan de manera continua para garantizar un cumplimiento en metas y objetivos institucionales. En el nivel más alto está la Junta Directiva, la cual está encargada de definir las decisiones estratégicas y de la supervisión del desarrollo de las mismas. Posteriormente, se ubica el director ejecutivo, quien es responsable de la administración y coordinación de procesos internos, de la mano de la Asistente de Dirección.

En este orden, se encuentran las diferentes gerencias y coordinaciones, las cuales hacen parte de la estructura operativa de la entidad tal como se detalla en la figura 3. Esta información se obtuvo a partir del acompañamiento directo durante el desarrollo de la práctica empresarial.

**Figura 3.** Organigrama de Fenalco Santander



*Nota: la figura fue elaborada teniendo como referencia la información suministrada por Fenalco Santander durante el desarrollo de las prácticas empresariales.*

## 2. 5 Aspectos económicos

### 2.5.1 Entorno macroeconómico

De acuerdo con información reportada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2023), el informe de Gestión de Fenalco Santander (2022, 2023) y otros análisis económicos divulgados por La República (2024), Fenalco Santander desarrolla su gestión gremial en un entorno externo complejo y en constante cambio. En ese contexto, este análisis PESTAL permite identificar cómo estos factores influyen de manera directa en el desempeño del gremio y en la efectividad de los servicios que se ofrecen en formación empresarial para los empresarios y afiliados.

Los principales resultados de este análisis se sintetizan en la Tabla 1, la cual corresponde a la matriz PESTAL de Fenalco Santander, permitiendo visualizar de manera estructurada los diferentes factores externos que están relacionados con su gestión y su papel como articulador del desarrollo empresarial de la región.

**Tabla 1.** *Análisis PESTAL – Fenalco Santander*

<i>Factores políticos</i>	<i>Factores económicos</i>
Fenalco Santander se beneficia de las políticas públicas departamentales que están orientadas al fortalecimiento de las MIPYMES, facilitando su participación en espacios de articulación públicos y privados (Gobernación de Santander, 2024)	El desempeño económico de Santander ha sido estable pero limitado, lo que condiciona la capacidad de los empresarios en programas de formación y de asesorías especializadas (DANE, 2023)
Las reformas laborales, económicas y tributarias de los últimos años aumentan la necesidad de que Fenalco actúe como	La mayoría de los afiliados de Fenalco Santander son MIPYMES con márgenes financieros muy ajustados, lo cual influye

defensor de los intereses del sector (Fenalco 2023)	en la demanda de servicios accesibles y prácticos (Fenalco, 2022)
El acceso a convenios y alianzas institucionales depende en gran parte de la continuidad de políticas públicas regionales	El aumento de los costos financieros reduce la disposición de las empresas para invertir en programas de formación, priorizando otras inversiones
<i>Factores socioculturales</i>	<i>Factores tecnológicos</i>
El comercio local enfrenta consumidores más enfocados en lo digital, lo que aumenta la necesidad de capacitación de ventas en línea y omnicanalidad (Fenalco, 2024)	Fenalco Santander ha fortalecido herramientas digitales para la gestión de inscripciones, seguimiento y comunicación con interesados (Fenalco Santander, 2023)
Los empresarios prefieren programas cortos, prácticos que estén orientados a resultados concretos en su organización, más que formaciones extensas y teóricas	El uso de bases de datos actualizadas, plataformas de mensajes automatizados como Manychat, y seguimiento de leads mejora la eficiencia en la difusión de información
Los comerciantes buscan respaldo institucional, lo cual refuerza el rol social de Fenalco como articulador para el sector	No todos los empresarios tienen las suficientes habilidades tecnológicas, por esto la formación digital es una necesidad primordial
<i>Factores ambientales</i>	<i>Factores legales</i>
Las agendas regionales promueven prácticas responsables, lo que abre oportunidades para que Fenalco implemente formación en sostenibilidad y responsabilidad ambiental (Gobernación de Santander, 2024)	La gestión de información de afiliados y participantes se debe ajustar a la Ley 1581 de 2012, influyendo en el manejo de canales digitales y bases de datos
El comercio enfrenta presión para adoptar prácticas sostenibles, esto incrementa la demanda de orientación gremial	Las actualizaciones en normas comerciales y laborales generan incertidumbre y crece la necesidad de información para los empresarios
Fenalco podría aumentar su oferta con programas relacionados con eficiencia de recursos sostenibles aplicada a las MIPYMES	La prestación de programas de formación exige cumplir lineamientos legales que garantizan transparencia en los mismos

*Nota. esta tabla fue elaborada teniendo como referencia la información suministrada por Fenalco Santander durante el desarrollo de las prácticas empresariales.*

## 2.5.2 Entorno microeconómico

### 2.5.2.1 Proveedores de Fenalco.

Los servicios de formación que ofrece Fenalco Santander son apoyados por varios tipos de proveedores, en el caso específico del área de formación, sus proveedores son instituciones académicas o expertos que dan las capacitaciones en el tema que se requiera, las plataformas tecnológicas que permiten desarrollar programas 100% en línea o híbridos, y proveedores logísticos para programas presenciales (auditorios, salas y catering). Según informes de gestión de Fenalco, se menciona que brindan diferentes asesorías gratuitas para afiliados, lo que implica una estructura de colaboradores externos y de recursos logísticos para apoyar estas actividades (*Federación Nacional de Comerciantes – FENALCO, 2023*)

#### ***2.5.2.2 Aliados estratégicos.***

Fenalco al ser una entidad sin ánimo de lucro que busca el desarrollo de los empresarios del país, no vende productos tangibles, sino que canaliza conocimiento por medio de programas de formación y capacitaciones, por esta razón, sus aliados o intermediarios son quienes facilitan esa conexión entre Fenalco y las empresas, como:

- Medios de comunicación, Facebook, Instagram, chats de difusión en WhatsApp, páginas web, ruedas de prensa
- Instituciones aliadas, alcaldías, universidades

*(Federación Nacional de Comerciantes – FENALCO, 2023)*

#### ***2.5.2.3 Clientes y afiliados.***

Los principales clientes son las empresas que están afiliadas al gremio, esto incluye directivos y colaboradores que participen en los programas de formación, por eso, ellos son el centro del microentorno de Fenalco

- Empresarios afiliados del sector comercio, turismo, servicios, entre otros
- Empresas Pymes locales y regionales, las cuales buscan representación, formación y acompañamiento
- Comerciantes independientes y emprendedores

*(Federación Nacional de Comerciantes – FENALCO, 2023)*

#### **2.5.2.4 Competidores.**

Aunque Fenalco es un gremio, también compite de manera indirecta con otras entidades que ofrecen programas de formación para las empresas, tanto regionales como nacionales, también con plataformas virtuales globales y a bajo costo. En un informe de Gestión de 2022, Fenalco reconoce que la caída del comercio y la presión de nuevas modalidades formativas presentan grandes retos para sus seccionales, entre sus competidores está

- *Competencia institucional:* cámaras de comercio, ANDI, gremios sectoriales
- *Competencia privada:* empresas de consultoría, escuelas de negocios, plataformas de e-learning internacionales

*(Federación Nacional de Comerciantes – FENALCO, 2023)*

#### **2.5.2.5 Relación de Fenalco con su entorno inmediato.**

La relación de Fenalco con su entorno refleja una alianza fuerte, aunque con desafíos muy marcados. En Santander, el entorno empresarial está compuesto en su mayoría por micro y pequeñas empresas, muchas tienen estructuras informales y gran vulnerabilidad financiera, lo que presiona a Fenalco a ofrecer programas más prácticos y que se adapten a la realidad económica de las empresas.

Algunas políticas regionales de apoyo a la competitividad como “Santander compra Santander” brindan oportunidades para fortalecer la vinculación comercial, mientras tanto, Fenalco contribuye constantemente a través de convenios académicos y mesas sectoriales que alinean su labor como gremio con las estrategias de desarrollo empresarial (*Federación Nacional de Comerciantes – FENALCO, 2023*)

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

Esta información fue tomada de la sección “Afiliate aquí / Portafolio de servicios” disponible en el sitio web oficial de Fenalco Santander tal como se muestra en la *figura 4*.

Fenalco es el gremio líder de los comerciantes y empresarios Santandereanos, consciente de su responsabilidad, influyente, conciliador y defensor de la libre empresa, facilitador y promotor de espacios para intercambios comerciales participativos e innovadores (*Fenalco, 2025*)

**Figura 4.** *Página web oficial de Fenalco Santander – Sección portafolio de servicios*



*Nota. esta foto fue tomada del sitio web de Fenalco Santander, sección servicios (FENALCO, 2025)*

### ***2.6.1 Nuestros beneficios***

- **Representación gremial:** el principal objetivo misional consiste en apoyar y representar de manera eficaz los intereses de los empresarios ante entidades e instituciones públicas o privadas, en los distintos temas que puedan afectar individual o colectivamente el óptimo y adecuado desempeño de su actividad comercial
- **Conexiones empresariales:** fenalco ofrece un espacio de encuentro y articulación con los empresarios para identificar, debatir y analizar las necesidades y experiencias de cada sector, las cuales se traducen en programas y proyectos en beneficio de los empresarios

### ***2.6.2 Nuestros expertos***

- **Formación empresarial:** el servicio de formación empresarial ofrece a los líderes de Talento Humano la mejor opción de aprendizaje y formación con el fin de fortalecer la productividad y conocimiento de los empresarios de la región, mensualmente se buscan cuáles son los temas más atractivos para los empresarios y se ofrecen programas sobre los mismos, tal como se observa en la *figura 5* y en la *figura 6*.

**Figura 5.** *Página web de Fenalco Formación – Sección formación*



*Nota: esta foto fue tomada del sitio web de Fenalco Santander, sección formación (FENALCO, 2025)*

**Figura 6.** *Evento de formación empresarial*



*Nota: fotografía tomada durante el desarrollo de un evento de formación en Fenalco Santander, 2025*

- **Servicios jurídicos:** fenalco ofrece los servicios jurídicos con abogados y red de expertos de firmas aliadas, en derecho laboral, comercial, tributario y administrativo, y capacitaciones jurídicas en temas de interés empresarial (*Fenalco, 2025*)

### ***2.6.3 Nuestras soluciones***

- **Fenalemplo:** un portal de empleo en sitio web especializado que integre oferta y demanda laboral existente en el mercado. El objetivo principal de este espacio es ofrecer a sus usuarios un servicio de búsqueda de trabajo en línea de manera rápida y simple
- **Responsabilidad social empresarial – RSE:** certificado de Responsabilidad Social: incentiva y reconoce las prácticas de Responsabilidad Social de los empresarios y entidades de nuestra sociedad generando mayor compromiso promoviendo el desarrollo sostenible (*Fenalco, 2025*)
- **Vifenalco:** Empresa de vigilancia y seguridad privada con servicios de vigilancia fija, móvil, etc. Autorizada para la prestación de servicios en la modalidad de vigilancia con o sin armas (*Vifenalco, 2025*)
- **Fenalcobra:** Fenalcobra entrega una experiencia al servicio de recuperación de cartera con el respaldo de Fenalco (*Fenalco, 2025*)

**Figura 7.** *Página web de Fenalco Santander – Sección servicios*

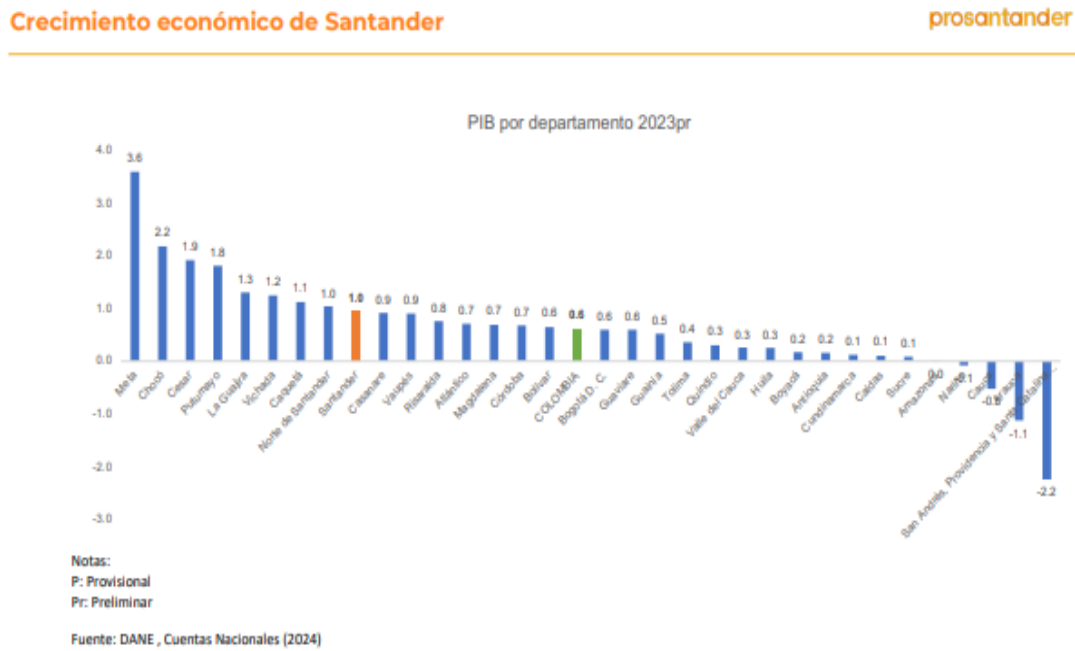
*Nota: esta foto fue tomada del sitio web de Fenalco Santander, sección servicios (FENALCO, 2025)*

## 2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa

El siguiente gráfico del DANE (2024) se muestra que Santander tuvo un crecimiento económico moderado en 2023, quedando por debajo de otras regiones como Antioquia o Cundinamarca, básicamente eso refleja que la economía local sigue enfrentando diferentes obstáculos y retos en innovación y productividad empresarial. Esta situación es clave para Fenalco Santander, debido a que la mayoría de sus afiliados son pymes del comercio y de servicios, y dependen directamente del consumo regional, por esto, un crecimiento lento implica que muchas de ellas deben ser cuidadosas con sus inversiones y conseguir apoyo para ser competitivas frente a otras empresas del mercado. Fenalco tiene un papel importante en esto al ofrecer asesoría, conocimientos actualizados e innovadores para ayudar a fortalecer a estas empresas frente a los cambios constantes del mercado, porque el desempeño económico del departamento influye

directamente en el tipo de servicios que Fenalco debe promover, tal como se evidencia en la *figura* 8.

**Figura 8.** PIB por departamento 2023



*Nota: tomado del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2024), tomados de Prosantander.*

### 3. Cargo y funciones desempeñadas

#### 3.1 Cargo desempeñado

Durante la práctica empresarial, el cargo fue asignado fue *ejecutiva de formación empresarial*, con funciones orientadas a la comercialización y apoyo en los programas de capacitación dirigidos a empresarios. Adicionalmente, se brindó apoyo en el área de comunicaciones participando en la creación de material audiovisual para campañas publicitarias y en la gestión de la plataforma Manychat, utilizada para el envío de mensajes push y la automatización de comunicación con los usuarios

### 3.2 Funciones asignadas

La siguiente información es tomada del documento “solicitud de prácticas” suministrada por la empresa Fenalco Santander

- ***Apoyo en la gestión y organización de programas de formación***
- Coordinar la logística de eventos académicos, cursos y seminarios
- Apoyar en la gestión de inscripciones y seguimiento a los participantes.
- Elaborar material informativo y contenido para capacitaciones.
  
- ***Investigación y desarrollo de nuevas alianzas internacionales***
- Identificar oportunidades de convenios con universidades y escuelas de negocios internacionales.
- Explorar programas de formación en otros países que puedan ser replicados o adaptados a Fenalco Santander.
- Gestionar bases de datos de contactos y aliados estratégicos para formación.
  
- ***Análisis de tendencias y competencia***
- Investigar tendencias en educación empresarial y formación ejecutiva a nivel global.
- Analizar programas de formación similares en otras cámaras de comercio y gremios.
- Sugerir innovaciones y mejoras en los programas actuales con base en modelos internacionales.
  
- ***Apoyo en estrategias de internacionalización de la formación empresarial***

- Identificar oportunidades de certificaciones internacionales para los cursos.
- Explorar la posibilidad de intercambios o participación de conferencistas extranjeros.

### 3.3 Procesos, procedimientos y herramientas

Durante la práctica como *ejecutiva de formación empresarial* en Fenalco Santander, se hizo participación en diferentes procesos que estuvieron relacionados con la planeación, ejecución y evaluación de programas de formación, de igual manera en la búsqueda de alianzas internacionales que ayudan al crecimiento del gremio

Los procesos estuvieron enfocados en:

- *Gestión de programas de formación:* desarrollo y organización de cursos, seminarios y talleres orientados a empresarios
- *Análisis de tendencias en educación empresarial:* revisión y observación de estrategias del mercado implementados por otras cámaras de comercio y gremios similares para identificar posibles mejoras
- *Construcción de alianzas internacionales:* Esto consistió en la exploración de certificaciones internacionales y participación de docentes extranjeros para fortalecer la oferta académica de Fenalco Santander

En cuanto a los procedimientos durante la práctica, algunos de los más importantes fueron los relacionados con la organización de programas académicos y la gestión de inscripciones de participantes:

- Llevar el registro de los interesados o leads en los programas de formación, con el fin de darles a conocer a detalle cada programa y registrar el seguimiento mediante hojas de control de Excel

- Crear videos publicitarios informativos para promover los programas que se van sacando al público
- Medir la satisfacción de los participantes para tener un seguimiento de evaluación del impacto de las metodologías usadas

Finalmente, las herramientas fueron un factor clave para cumplir con las tareas asignadas de manera eficiente, durante las prácticas las más utilizadas fueron:

- Plataformas digitales como Excel, Google Drive y Manychat, las cuales fueron primordiales para facilitar la gestión de datos, la organización de bases de datos y el envío de mensajes push
- Aplicaciones de edición como CapCut, utilizada para crear contenido audiovisual de apoyo a la comunicación y promoción de los cursos
- Canales de comunicación, en estos está el correo corporativo, WhatsApp Business y las redes sociales institucionales en las que se publica en contenido para publicidad, esto fue fundamental para mantener una cercanía en la comunicación con el público objetivo de cada programa

Estos procesos, procedimientos y herramientas se articularon y permitieron desarrollar habilidades de comunicación y análisis, para poder contribuir al fortalecimiento de la gestión de los programas académicos y la proyección de Fenalco Santander

### **3.4 Plan de trabajo**

El objetivo general de este plan de trabajo, el cual se presenta en la Tabla 2, es apoyar los procesos del área de Formación de Fenalco Santander mediante la gestión y organización de los programas de formación empresarial, el análisis de tendencias internacionales y la contribución a la internacionalización de la oferta académica del gremio, coordinando la logística de los eventos

académicos, seminarios y cursos, identificando además las inconsistencias en la segmentación de las campañas publicitarias por medio de la definición de criterios de clasificación relacionados con el sector económico, tipo de empresa, el interés formativo y enfoque de competitividad e internacionalización, tal como se presenta en la Tabla 2.

Al finalizar se deberá presentar la información obtenida para realizar una evaluación general de los resultados del plan de mejora y retroalimentación al área de Formación de Fenalco Santander

**Tabla 2.** *Plan de trabajo*

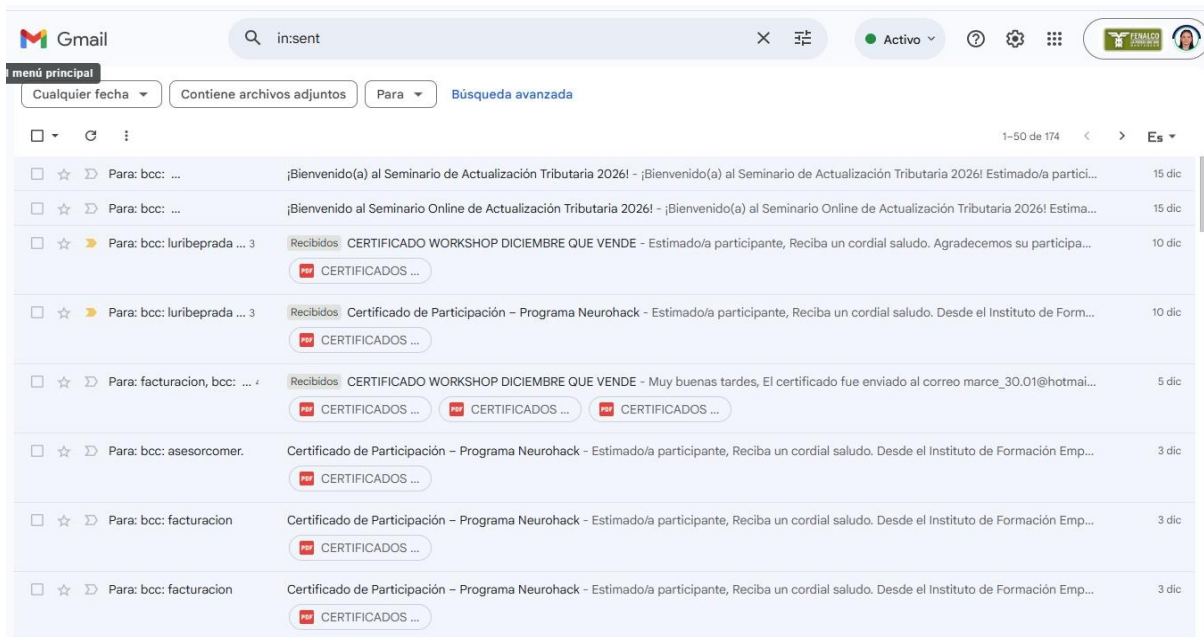
<b>Eje de trabajo</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción de la actividad</b>
<b>Apoyo en la gestión y organización de programas de formación</b>	Coordinación en la logística de eventos	Apoyo en la gestión y la planificación, organización y ejecución de actividades dirigidas a empresas de la región
	Gestión de inscripciones y seguimiento de participantes	Apoyar el proceso de inscripción y registro seguimiento de los participantes en los programas de formación, contribuyendo a un mejor control de la información y la comunicación con los empresarios.
	Elaboración de material informativo	Elaboración de material informativo y contenido descriptivo de los programas de formación, facilitando su difusión a través de los diferentes canales de comunicación del gremio.
<b>Investigación y desarrollo de nuevas alianzas internacionales</b>	Identificación de convenios académicos internacionales	Investigar universidades, escuelas de negocios e instituciones académicas internacionales con potencial para establecer alianzas que fortalezcan la oferta formativa de Fenalco Santander.
	Análisis de programas de formación con proyección internacional	Explorar programas de formación empresarial desarrollados en otros países, identificando contenidos y metodologías que puedan ser adaptados al contexto regional.
	Gestión de bases de datos de aliados estratégicos	Apoyar la consolidación y actualización de bases de datos de interesados y aliados estratégicos nacionales e internacionales relacionados con el gremio

<b>Análisis de tendencias y competencia</b>	Investigación de tendencias globales en formación empresarial	Analizar tendencias internacionales en educación empresarial, formación ejecutiva e internacionalización de empresas, con énfasis en competitividad y transformación empresarial.
	Propuesta de innovaciones académicas	Sugerir mejoras y nuevas temáticas para los programas actuales, tomando como referencia modelos internacionales y las necesidades del sector empresarial afiliado.
<b>Apoyo en estrategias de internacionalización de la formación empresarial</b>	Identificación de certificaciones internacionales	Apoyar la identificación de certificaciones internacionales que puedan integrarse a los programas de formación, fortaleciendo su valor académico y proyección global para las empresas de la región
	Alianzas de participación de expertos extranjeros	Apoyar la exploración de la participación de conferencistas internacionales y posibles intercambios académicos para enriquecer los contenidos formativos del gremio.

*Nota: esta tabla presenta las funciones asignadas para el cargo de practicante de formación en Fenalco Santander. La información para la elaboración se tomó de la carta de aceptación de las actividades definidas por el área siendo la tabla elaboración propia.*

### 3.5 Cronograma de actividades desarrolladas

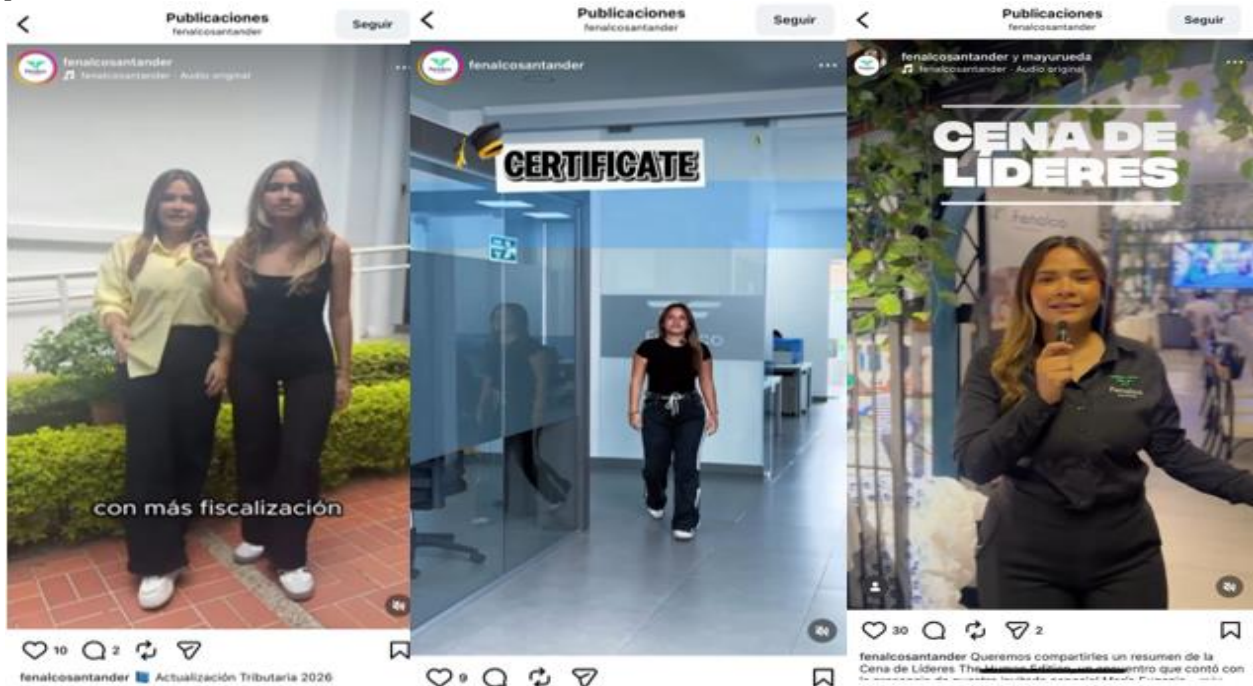
- *Semana 1:* durante esta semana se llevó a cabo el proceso de inducción a la organización, conocimiento del funcionamiento de Fenalco Santander y del área de Formación. Igualmente, se realizó una revisión inicial de las bases de datos existentes y de los procesos utilizados para el manejo de la información de los interesados en los programas de formación, con el fin de comprender la dinámica de trabajo y detectar oportunidades de mejora.
- *Semana 2:* en esta semana se inició el apoyo en la gestión y organización de los programas de formación, especialmente en la coordinación logística de eventos académicos, cursos y seminarios, así como el acompañamiento en el proceso de inscripciones y comunicación con los interesados a los programas que estaban abiertos en ese momento, en la figura 9 se presenta un ejemplo de los correos enviados para el proceso de inscripciones de los programas abiertos

**Figura 9.** Registro del manejo del correo electrónico durante las prácticas

*Nota. foto tomada del correo electrónico de ejecutiva de formación de Fenalco Santander*

- **Semana 3:** durante este periodo se inició con el apoyo en la elaboración de material informativo y contenido descriptivo de los programas de formación, para su difusión a través de los canales digitales del gremio y fortaleciendo la claridad de la información dirigida a los empresarios interesados, algunos de los materiales elaborados se presentan en la figura 10

**Figura 10.** Material informativo sobre los programas académicos realizados durante las prácticas



*Nota: foto tomada de las redes sociales oficiales de Fenalco Santander*

- *Semana 4:* en esta etapa se comenzó con la investigación orientada al desarrollo de nuevas alianzas internacionales, mediante la identificación de universidades, escuelas de negocios e instituciones académicas extranjeras que pudieran aportar valor a la oferta formativa de Fenalco Santander, iniciando la creación de un programa de Transformación Digital con la escuela de negocios ESDEN de España.
- *Semanas 5 a 7:* estas semanas se hizo énfasis en el análisis de la oferta de formación empresarial con proyección internacional para el 2026, explorando contenidos y metodologías aplicadas en otros países e instituciones de Colombia, con el propósito de identificar enfoques que pudieran adaptarse a las necesidades de las MIPYMES de la región.
- *Semanas 8 a 10:* durante estas semanas se desarrolló la investigación de tendencias globales en formación empresarial y educación ejecutiva, así como el análisis de programas similares

ofrecidos por otros gremios y cámaras de comercio, con el fin de identificar oportunidades de mejora.

- *Semanas 10 a 14:* en la figura 11 se presenta la fase donde se iniciaron reuniones con el equipo de formación para revisar y analizar las propuestas formuladas de los programas académicos, a partir de este trabajo conjunto, se logró dejar una base de los programas del 2026 con base a los temas de proyección internacional, alineándolos con las tendencias del entorno global para el sector empresarial regional.

**Figura 11.** Reuniones con el equipo de trabajo sobre la planeación del 2026



*Nota. fotografía tomada durante una reunión de planeación en el desarrollo de la práctica empresarial en Fenalco Santander, 2025*

- *Semanas 15 a 17:* durante este periodo se analizó la oferta de formación empresarial con proyección internacional y se apoyó la apertura de un programa de neuromarketing, dictado por un docente de México y otros expertos, como referente para fortalecer la propuesta académica. La dinámica del programa se presenta en la figura 12.

**Figura 12.** Apertura del programa “Neurohack” con el docente internacional Daniel Castro



*Nota: fotografía tomada durante el desarrollo de la práctica empresarial en Fenalco Santander, 2025*

Finalmente, se realizó el cierre del proceso de prácticas mediante la consolidación de la información obtenida, la evaluación general de las actividades desarrolladas y la retroalimentación al área de Formación de Fenalco Santander.

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

En este apartado se presentan las ideas y conceptos que son base para entender el trabajo que se desarrolló durante las prácticas en Fenalco Santander. Aclarando cómo se conectaron las funciones con el rol que cumple el gremio de Fenalco en los empresarios de la región.

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

Uno de los conceptos principales es el de formación empresarial, el cual se refiere a todos los procesos educativos dirigidos a empresarios, trabajadores y directivos para fortalecer sus capacidades y mejorar el desempeño de sus organizaciones.

- *Alianzas estratégicas:* las alianzas estratégicas representan un mecanismo importante para fortalecer la oferta de valor de las organizaciones gremiales. En el caso de Fenalco Santander, este tipo de acuerdos permite establecer vínculos con instituciones académicas y expertos nacionales e internacionales, facilitando el acceso a programas, certificaciones y metodologías alineadas con las dinámicas del entorno global. Estas alianzas contribuyen a ampliar la cobertura de los servicios de formación empresarial (Hitt et al., 2020).
- *Comunicación organizacional:* la comunicación organizacional cumple un papel importante en la relación entre Fenalco Santander y sus afiliados. A través de canales digitales, redes sociales y contacto directo con los participantes, se garantiza la difusión efectiva de los programas de formación y el fortalecimiento del vínculo con el gremio. Este concepto permite comprender la importancia de una comunicación clara y constante para promover la participación y generar confianza entre los empresarios (Robbins & Judge, 2021).
- *Formación empresarial:* la formación es uno de los ejes principales mediante los cuales Fenalco apoya el crecimiento y la sostenibilidad de empresas afiliadas. En un entorno caracterizado por cambios constantes en el mercado, avances tecnológicos y nuevas exigencias competitivas, la capacitación continua se convierte en una herramienta estratégica para fortalecer habilidades, mejorar la gestión empresarial y facilitar la adaptación a nuevas realidades económicas (Fenalco, 2023).
- *Globalización de la economía:* la globalización de la economía constituye el contexto general en el que trabajan las organizaciones y se desarrollan procesos de formación empresarial. De acuerdo con Canals (1994), las empresas enfrentan una creciente competencia impulsada por la aceleración tecnológica y la integración de los mercados, lo cual, a su vez, genera oportunidades de expansión y diversificación. Este escenario influye directamente en la

necesidad de formar empresarios con una visión más amplia y orientada al entorno internacional.

- *Internacionalización de la educación:* La internacionalización de la educación se refiere a la incorporación de diferentes enfoques, estándares internacionales y contenidos en los programas de formación. Para Fenalco Santander, este concepto se traduce en la adaptación de su oferta académica a tendencias globales, la participación de expertos extranjeros y el desarrollo de programas que respondan a las exigencias del mercado internacional, fortaleciendo así la competitividad de los empresarios (UNESCO, 2021).
- *Tendencias en educación empresarial:* las tendencias en educación empresarial reflejan los cambios en la forma en que se diseñan y ejecutan los procesos de capacitación. Modalidades de formación virtual y el desarrollo de habilidades digitales transforman el acceso al conocimiento. Analizar estas tendencias permite a Fenalco Santander la identificación de oportunidades de mejora en su oferta formativa y responder de manera más efectiva a las necesidades de los empresarios (OECD, 2021).

#### **4.2 Marco normativo**

Para comprender mejor el contexto en el que se desarrollaron las funciones asignadas, es necesario tener en cuenta algunas normas y lineamientos que influyen directamente en los procesos de comunicación y manejo de información dentro de Fenalco Santander. Dentro de la normativa que rige este proyecto, se encuentra el reglamento de prácticas empresariales. En este documento, los artículos 21 al 35 abordan aspectos como la definición de las prácticas, así como los lineamientos para elaborar, presentar y sustentar el informe, finalmente en el artículo 36 se establece los deberes como estudiante de prácticas:

A nivel nacional, una de las normas importante es la Ley 1581 de 2012, la cual regula el tratamiento de datos personales en Colombia. Esta ley establece cómo deben gestionarse los datos de participantes, aliados y empresarios, lo cual se relaciona directamente con tareas como el manejo de bases de datos, inscripciones y envíos de mensajes automatizados. Esta normativa exige asegurar la confidencialidad, solicitar la autorización y garantizar que las personas puedan eliminar o modificar su información cuando los soliciten (Ley 1581, 2012).

Art. 36 Deberes de los estudiantes en Práctica son deberes de los estudiantes en práctica empresarial

- 36.1 permanecer en la empresa seleccionada el tiempo reglamentado para la Práctica Empresarial
- 36.2 cumplir los Estatutos y Reglamentos de la empresa
- 36.3 desarrollar la práctica en el lugar, horario y directrices de la empresa
- 36.4 dar crédito a la empresa en todos los trabajos realizados durante el desarrollo de la práctica
- 36.5 Presentar los trabajos e informes exigidos por la facultad y por la empresa, en las fechas establecidas
- 36.6 Coordinar con el jefe inmediato la atención al tutor en las visitas programadas a la empresa

## **5. Aportes**

Durante el periodo de prácticas en el área de Formación de Fenalco Santander, se fortalecieron procesos relacionados con la capacitación empresarial y el acompañamiento a empresarios. A partir del trabajo conjunto con el equipo interno, se ampliaron conocimientos sobre diseño de programas formativos, gestión de eventos y articulación de los diferentes sectores

afiliados al gremio. Estas experiencias permitieron comprender de manera más profunda las necesidades reales del gremio y aportar a la construcción de actividades que promueven la competitividad y el crecimiento regional.

### 5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa

En el área de Formación de Fenalco Santander, se desarrolló una propuesta de valor basada en la optimización de los procesos formativos, el fortalecimiento de la comunicación con afiliados y la estandarización de la información interna. Para identificar las necesidades del área, se realizó un diagnóstico inicial por medio de revisión de documentos, informes de gestión y bases de leads interesados en sus propuestas de formación.

A partir de este análisis, se formularon y ejecutaron acciones enfocadas en aportar eficiencia y desarrollo institucional. La participación como practicante permitió fortalecer la gestión de la oferta académica, la identidad visual del área de formación por medio de videos informativos y el manejo de encuestas de satisfacción sobre cada programa

La tabla 3 resume las principales actividades que se desarrollaron durante la práctica y su aporte para Fenalco Santander

**Tabla 3.** *Actividades desarrolladas durante la práctica*

<b>PROYECTO / ACTIVIDAD</b>	<b>APORTE</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR AGREGADO</b>
Organización de la información de cursos	Actualización de contenidos	Revisión de la información de las formaciones y ordenamiento de datos clave	Facilitó el acceso a información clara y actualizada para el equipo y los empresarios
Mejoras en la comunicación con afiliados	Diseño de plantillas y mensajes	Creación de formatos simples y fáciles de usar para convocatorias y recordatorios	Ayudó a que la comunicación fuera más uniforme y ágil

PROYECTO / ACTIVIDAD	APORTE	DETALLE	VALOR AGREGADO
Apoyo en la logística de eventos	Gestión de inscripciones y listas	Acompañamiento en la confirmación de asistentes y seguimiento a la participación	Contribuyó a evitar errores y a que las actividades fueran más fluidas
Identificación de necesidades de los comerciantes	Observación y retroalimentación	Recopilación de comentarios y dudas de los participantes en diferentes espacios	Permitió ajustar mejor la oferta de formación a las necesidades reales del gremio
Creación de guías internas	Documentación simple de procesos	Elaboración de pasos básicos para orientar a futuros practicantes y colaboradores nuevos	Brindó continuidad y orden a las actividades del área
Apoyo a campañas de formación	Seguimiento y registro de datos	Organización de información de asistencia y participación	Ayudó al equipo a tener datos más completos para evaluar las actividades

*Nota: la tabla fue elaborada teniendo como referencia información suministrada en la práctica realizada en Fenalco Santander*

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

Durante la práctica empresarial en el área de Formación de Fenalco Santander se identificó que la gestión de información relacionada con los cursos y programas, especialmente la comunicación con participantes e interesados era dispersa y no siempre resultaba efectiva. A esto se sumaba que varias campañas de marketing se estaban dirigiendo a públicos poco adecuados debido a una segmentación errónea, lo que afectaba la percepción de los programas y no generaba un impacto positivo en el alcance.

Asimismo, el aumento de la competencia en el sector de formación de otras entidades exigía procesos más ágiles para actualizar los programas y difundir su información de manera oportuna. Frente a este panorama, se volvió evidente la necesidad de organizar mejor la base de datos de potenciales participantes, documentar el paso a paso de la gestión con cada lead y

fortalecer los canales de comunicación institucionales, especialmente en redes sociales, para asegurar una divulgación más clara, estratégica y alineada con las necesidades de los empresarios.

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

El primer paso consistió en entender cómo estaba funcionando el manejo de la información. Al revisar los registros de contactos y la forma en que se comunicaba el equipo con los interesados, se evidenció que no existía una centralización de datos y que las campañas de marketing estaban llegando a públicos poco adecuados. Según Kotler y Armstrong (2021), cuando la segmentación es imprecisa y no existe claridad sobre el cliente potencial, la comunicación pierde impacto, lo cual se veía reflejado en la baja conversión de interesados a clientes en algunos programas formativos.

Para mejorar el flujo se trabaja una base de datos organizada que reúna toda la información relevante de los leads, esta estructura permite clasificar de manera más clara a los interesados y mantener un registro uniforme del estado de cada contacto, en la tabla 4 se explica la organización de estas bases, y en la figura 13 un ejemplo de una de ellas.

Como segundo paso, se fortaleció la forma en que se realizaba el seguimiento a cada lead, implementando un registro más detallado de las interacciones, además de organizar las bases anteriores para tener un registro más claro sobre las personas que habían participado en programas anteriores y cuáles podrían ser de su interés actualmente. Para cada lead hay un registro de llamadas, mensajes enviados y respuestas recibidas, permitiendo una trazabilidad clara del interés de cada participante.

Finalmente, el manejo más organizado de la información sirvió como apoyo al equipo del área de Formación, porque permitió consultar de manera rápida el estado de cada contacto facilitando la segmentación de futuras campañas.

**Tabla 4.** Organización de las bases de seguimiento de interesados

Categoría	Descripción
Información personal	Nombre, empresa, contacto y correo
Interés específico	Curso o programa al que se acercó
Estado del lead	Nuevo, en seguimiento, matriculado, no interesado
Observaciones	Comentarios clave para futuras campañas

Nota: esta tabla fue elaborada teniendo como referencia información suministrada en la práctica realizada en Fenalco Santander

**Figura 13.** Base de datos de seguimiento de interesados por programa

	B	C	D	E	F	G	H	I
1	NOMBRE	CELULAR	CORREO	EMPRESA	CARGO	STATUS	EJECUTIVA	OBSERVACIONES
2	IT0: Orick Daza	p:+573045234141	orisdaza2@gmail.com.com	Independiente	Contadora pública	contactar...	Lilibeth	16-12 Interesada en Online, va revisar!
3	IT0: Yelixa Perales Contreras	p:+573223894252	yeli.perales13@hotmail.com	independiente	contador	contactar...	Lilibeth	16-12 Llamar a las 10:30am
4	IT0: Jorge Alberto Mendez	p:+573185010783	jorgealmendez@hotmail.com	ARINTIA GROUP SAS	Contador	contactar...	Lilibeth	16-12 Buzon de voz
5	IT2: Claudia Johanna Robles	p:+573246858557	johannaroblesrivera@gmail.c	Piedecuesta	Contador	contactar...	Lilibeth	16-12 Buzon de voz
6	IT1: Silvia Juliana Guarín Ardila	p:+573168120326	guardi191100@gmail.com	Consu Empresa	Contadora Pública	contactar...	Camila	16-12 nc
7	IT1: claudia moreno	p:+573156701875	claudiamariscal123@hotmail	Claudia moreno	contador	contactar...	Camila	16-12 nc
8	IT1: Blanca Johanna Melo	p:3203449466	consuempresa.01@gmail.com	Consu.empresa	Contador Publico	contactar...	Camila	16-12 llamar en la tarde
9	IT1: luz García	p:+573208393359	mayegd@hotmail.com	Vestytienda	contadora	contactar...	Camila	16-12 nc
10								

Nota. la foto fue tomada de la base de datos de seguimiento de interesados de un programa de formación en Fenalco Santander

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

La implementación de un seguimiento más estructurado de los leads interesados en los programas formación permitió generar mejoras visibles en la gestión del área de Formación de Fenalco Santander. A partir de la organización de esta información y de un registro detallado de cada interacción con los empresarios, se logró una mayor claridad sobre el perfil de cada participante y sus intereses específicos para tener una guía clara al momento de pautar y ofrecer programas nuevos

Este avance tuvo un impacto relevante en la forma en que Fenalco orienta su oferta formativa, ya que facilitó la identificación de necesidades de las empresas relacionadas con el comercio exterior, tendencias globales en educación empresarial e internacionalización, lo que permitió tener una base para el 2026 para que los programas estén mejor alineados con las dinámicas del mercado con los retos que enfrentan las empresas en un entorno cada vez más globalizado y competitivo. Como resultado, se fortaleció la eficiencia en la comunicación con los interesados, reduciendo la pérdida de contactos y mejorando así la continuidad del seguimiento, lo cual contribuyó a tener una percepción más organizada y profesional de los servicios ofrecidos por Fenalco Santander. Aunque un impacto cuantitativo requiere un periodo de evaluación más amplio, los logros que se obtuvieron durante el proceso de prácticas evidenciaron avances en la toma de decisiones comerciales, segmentación del mercado y la capacidad del gremio para poder adaptarse a los actuales cambios del entorno empresarial regional e internacional.

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

En Fenalco Santander se desarrollan actividades orientadas a la gestión de programas de formación empresarial. Lo que permitió comprender el funcionamiento de una organización

gremial y su rol como enlace entre los empresarios, actores públicos e instituciones educativas en un contexto con proyección nacional e internacional

La experiencia práctica facilitó la aplicación de conocimientos propios de los negocios internacionales en diferentes áreas como gestión organizacional, apoyo en procesos de formación y el análisis del entorno empresarial siguiendo los lineamientos establecidos por el área de formación

Durante la práctica se fortalecieron competencias en la organización y el análisis de bases de datos de empresarios e interesados, lo que permitió aplicar criterios de segmentación de mercados, identificación de necesidades de cada perfil y mejora en la comunicación estratégica con los públicos objetivos

El uso de las herramientas digitales y los canales de comunicación institucional contribuyó con el desarrollo de habilidades aprendidas en marketing empresarial y comunicación organizacional, comprendiendo la importancia para la difusión de programas y el fortalecimiento de la comunicación con los empresarios

La participación en el análisis de tendencias educativas y en la gestión de programas con enfoque internacional permitió reforzar la comprensión de los temas de internacionalización y la influencia de esto en la competitividad de las empresas

La interacción constante con empresarios fortaleció las habilidades blandas como la adaptación al cambio, la comunicación y el trabajo autónomo y en equipo, competencias clave para la formación profesional y la futura inserción en el mercado laboral de negocios internacionales.

### 5.3 Plan de mejora

Este plan de mejora evidencia la importancia de fortalecer la oferta formativa de Fenalco a través de la integración de un enfoque de competitividad y de proyección internacional para las empresas de la región, permitiendo que los empresarios amplíen su alcance estratégico frente a los mercados actuales. Así mismo, la optimización de la comunicación digital es un factor clave para mejorar el alcance y la efectividad de los programas de formación, facilitando una interacción más directa y pertinente con los interesados. En conjunto, estos aspectos contribuyen al fortalecimiento institucional del gremio y al desarrollo empresarial regional, alineándose con las dinámicas entorno económico global y las exigencias del mercado. Este plan de mejora debe ser llevado a cabo como se explica en la *tabla 5*.

**Tabla 5.** *Propuesta de plan de mejora para el fortalecimiento de la segmentación de mercado potencial para los programas de formación empresarial de Fenalco Santander*

<b>Aspecto para mejorar 1</b>	<b>Integración del enfoque de competitividad e internacionalización en la oferta académica</b>
<b>Metas</b>	Incorporar contenidos que fortalezcan la visión internacional y la competitividad empresarial de los empresarios de la región
<b>Acciones</b>	Diseñar programas y talleres orientados al comercio exterior, mercados internacionales y estrategias de internacionalización para MIPYMES
<b>Indicadores</b>	Número de programas con enfoque internacional y nivel de participación de empresarios interesados en estos temas
<b>Hacer / Verificar</b>	Evaluar la demanda y hacer una retroalimentación de los participantes al finalizar cada programa
<b>Responsable</b>	Área de formación en conjunto con los aliados académicos
<b>Recursos</b>	Convenios académicos con expertos en estos temas, universidades con enfoque internacional y plataformas virtuales
<b>Aspecto para mejorar 2</b>	<b>Optimización de la comunicación digital de los programas de formación nuevos</b>
<b>Metas</b>	Mejorar las campañas para lograr un mayor alcance y efectividad de la comunicación digital dirigida a los empresarios e interesados

<b>Acciones</b>	Desarrollar estrategias de comunicación segmentadas correctamente a través de canales digitales, utilizando mensajes según el perfil del empresario y el tipo de programa, para que sean atractivos de acuerdo con sus intereses en formación
<b>Indicadores</b>	Incremento en tasas de apertura por mensaje, interacción y respuesta a las campañas de difusión
<b>Hacer / Verificar</b>	Realizar seguimiento a las métricas digitales y ajustar las estrategias según los resultados que se van obteniendo
<b>Responsable</b>	Área de comunicaciones con apoyo del área de formación
<b>Recursos</b>	Plataformas digitales y redes sociales, bases de datos actualizadas y herramientas de análisis digital
<b>Aspecto para mejorar 3</b>	<b>Centralización y depuración continua de la base de datos de interesados</b>
<b>Metas</b>	Contar con una base de datos organizada y actualizada que facilite el seguimiento a los interesados, además actualizar constantemente las bases de programas anteriores
<b>Acciones</b>	Eliminar contactos duplicados y establecer lineamientos para mantener la actualización permanente de la información
<b>Indicadores</b>	Base de datos consolidada, depurada y actualizada
<b>Hacer / Verificar</b>	Revisar periódicamente la consistencia y actualización de los registros
<b>Responsable</b>	Área de formación
<b>Aspecto para mejorar 4</b>	<b>Implementación de un sistema de monitoreo y evaluación de resultados</b>
<b>Metas</b>	Evaluar el impacto de la segmentación y del seguimiento en los resultados de las campañas de los programas de formación
<b>Acciones</b>	Analizar el comportamiento de los leads, medir resultados de las campañas y ajustar estrategias de comunicación de acuerdo con los resultados
<b>Indicadores</b>	Informe de resultados y análisis de desempeño de las campañas
<b>Hacer / Verificar</b>	Revisión de indicadores y retroalimentación de cada programa
<b>Responsable</b>	Área de formación de Fenalco
<b>Recursos</b>	Reportes de cada campaña y bases de datos

*Nota: esta tabla fue elaborada teniendo como referencia la práctica realizada en Fenalco Santander y los aspectos a mejorar para la misma*

## 6. Conclusiones y recomendaciones

### 6.1 Conclusiones

La práctica empresarial realizada en Fenalco Santander permitió aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos durante la formación en Negocios Internacionales, especialmente en áreas como gestión de la información, segmentación de mercados, análisis del entorno empresarial

y comunicación efectiva. La experiencia evidenció la importancia de comprender el contexto político, económico y sociocultural del departamento para diseñar estrategias de formación ajustadas a las necesidades reales de los empresarios.

Uno de los principales aportes del proceso fue la identificación de oportunidades de mejora en la gestión de bases de datos y en la segmentación de los clientes potenciales de los programas de formación. A través de la organización de la información sobre el seguimiento de cada cliente potencial, se logró fortalecer la comunicación con los interesados, mejorando la eficiencia de las campañas que se hacen para cada programa y apoyar la toma de decisiones estratégicas en el área de formación empresarial.

El análisis PESTAL permitió entender que Fenalco Santander opera en un entorno dinámico y retador debido a los rápidos cambios que hay en el mercado, donde factores como la digitalización, los cambios normativos y las limitaciones económicas de las MIPYMES influyen directamente en la demanda de programas de capacitación. En este contexto, el gremio cumple un rol clave como orientador y articulador para el apoyo a los empresarios impulsando su competitividad y sostenibilidad.

Finalmente, el plan de mejora propuesto demuestra que el fortalecimiento de la segmentación de los leads, logrando una visión orientada a la competitividad y a la proyección internacional, generando impactos positivos en la participación y mejorar en el alcance de los programas de formación. Esta experiencia consolidó competencias profesionales fundamentales que aportarán de manera significativa a la futura inserción laboral en entornos empresariales

## **6.2 Recomendaciones**

Para Fenalco Santander es fundamental seguir fortaleciendo la centralización y actualización de las bases de datos de sus afiliados y de las empresas no afiliadas que están en constante participación en sus eventos y programas de formación, incorporando criterios de segmentación más específicos relacionados con el tamaño de la empresa, su interés en la internacionalización, el sector económico y las necesidades formativas particulares, lo cual permitirá diseñar programas más focalizados y efectivos.

Es importante profundizar en el uso de herramientas tecnológicas y de automatización para el seguimiento de leads y la medición de resultados de las campañas, debido a que, si se hacen campañas de difusión de información, pero no hay una forma de llevar una medición específica por el desconocimiento de la plataforma utilizada, esto con el fin de optimizar los recursos que se utilizan para eso y mejorar los indicadores de conversión y participación.

De igual manera, se sugiere ampliar la oferta de programas con enfoque en negocios internacionales, comercio exterior, tendencias internacionales y competitividad global, aprovechando alianzas estratégicas con instituciones académicas certificadas en cada tema y expertos internacionales que aporten un valor diferencial a las empresas con una inversión no tan elevada para que las MIPYMES que son las principales interesadas puedan obtener estos beneficios.

Para finalizar, se recomienda a Fenalco Santander adoptar modelos de segmentación alineados con las características y las necesidades de cada empresa, integrándolos de manera permanente en los procesos de diseño y difusión, esto permitirá aumentar el alcance de las propuestas académicas y responder a las exigencias actuales del entorno empresarial

### Referencias

- Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa*. McGraw-Hill.
- Cámara de Comercio de Colombia. (2022). *Glosario de términos empresariales*.  
<https://www.ccb.org.co>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023). *Indicadores económicos departamentales*. <https://www.dane.gov.co>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2024). *Producto Interno Bruto por departamentos*. <https://www.dane.gov.co>
- Federación Nacional de Comerciantes Empresarios – FENALCO. (2022). *Informe de gestión 2022*. <https://fenalco.com.co>
- Federación Nacional de Comerciantes Empresarios – FENALCO. (2023). *Informe de gestión 2023*
- Federación Nacional de Comerciantes Empresarios – FENALCO Santander. (2021). *Misión, visión y estructura organizacional*
- Federación Nacional de Comerciantes Empresarios – FENALCO Santander. (s. f.). *Información institucional*. <https://fenalcosantander.com.co>
- Gobernación de Santander. (2024). *Políticas públicas de apoyo a las MIPYMES*.  
<https://www.santander.gov.co>
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic management: Competitiveness and globalization* (13th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- La República. (2024). *Análisis económico regional*. <https://www.larepublica.co>
- Ley 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Diario Oficial No. 48.587

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). *Clasificación de las MIPYMES en Colombia*. <https://www.mincit.gov.co>
- Naciones Unidas. (2022). *Conceptos básicos de segmentación de mercados*. <https://www.un.org>
- OECD. (2021). *Trends shaping education*. <https://www.oecd.org>
- OCDE. (2020). *Digital transformation in business and society*. <https://www.oecd.org>
- Porter, M. E. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. Harvard Business Review.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2021). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson Education.
- UNESCO. (2021). *Internationalization of higher education*. <https://www.unesco.org>
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2025). *From multi-channel retailing to omnichannel retailing*. Journal of Retailing
- Vifenalco. (2025). *Servicios de vigilancia privada*. <https://vifenalco.com.co>