

Información Importante

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

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

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

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

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga.

**Práctica Empresarial Departamento de Cobranza de Cartera y Departamento
Comercial- FENALCO Santander**

Omar Felipe García Arenas

**Informe final de la práctica empresarial para optar al título como Profesional en
Negocios Internacionales**

Director

Henry Moran

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División Ciencias Económicas

Facultad de Negocios internacionales

2021

Agradecimientos

Las palabras se quedan cortas para agradecer a mis padres por el esfuerzo tan inmenso que hicieron al brindarme una oportunidad tan especial de adquirir una carrera profesional.

Agradezco a mi madre por brindarme su amor y serenidad en momentos de decadencia y distancia, por dar hasta su último aliento para ver todos mis sueños realizados.

Agradezco a mi padre por brindarme su valor y su templanza a la hora de tomar decisiones y por darme su vida y su tiempo para que todos mis proyectos fueran y sean posibles.

Y gracias inmensas a la Universidad Santo Tomas y sus excelentes profesores por ser parte de mi proceso de formación profesional.

Contenido

Introducción	12
1. Justificación	13
2. Objetivos de la Práctica	14
2.1. Objetivo General	14
2.2. Objetivos Específicos.....	14
3. Perfil de la Empresa	14
3.1. Fenalco Santander	14
3.2. Razón Social.....	15
3.3. Misión de Fenalco	15
3.4. Visión de Fenalco.....	15
3.5. Organigrama.....	16
3.6. Reseña Histórica.....	16
3.7. Portafolio de Servicios	18
3.7.1. Actividades Gremiales y Políticas.....	19
3.7.2. Mesas Sectoriales e Integración Empresarial	19
3.7.3. Auditorios para Eventos	19
3.7.4. Capacitación	20
3.7.5. Publicaciones.....	20
3.7.6. Asesoría Jurídica	20
3.7.7. Fenalcobra	21
4. Cargo y Funciones	21
4.1. Cargo	21
4.2. Funciones Asignadas.....	21
5. Descripción de las Funciones Realizadas y Resultados.....	22
5.1. Funciones.	22
6. Marco Conceptual y Normativo Utilizado para el Desarrollo de las Funciones Desempeñadas	29
7. Aportes.....	29

7.1. Aportes de la entidad al estudiante.....	29
8. Conclusiones.....	30
Referencias.....	31

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Porcentajes macro-sector</i>	24
Tabla 2. <i>Orden de Factura Santander Compra Santander 2020</i>	27

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Organigrama FENALCO Santander 2019</i>	16
Figura 2 <i>Portafolio de Servicios Fenalco Santander</i>	18

Resumen

En el presente informe realizado al finalizar la práctica empresarial en la *Federación Nacional de Comerciantes* Seccional Santander, con una duración de 6 meses y con el fin de obtener el título de profesional en Negocios Internacionales, se describe todas las funciones que se llevaron a cabo al ser practicante del área comercial y de cobranza, y deja claro la ejecución de estas funciones mediante las actividades realizadas.

La *Federación Nacional de Comerciantes* Seccional Santander, es una entidad sin ánimo de lucro que fue creada con el fin de representar gremialmente a todo tipo de empresas e instruir de manera adecuada cada sector brindando orientación y asesoramiento jurídico, realizando a su vez eventos comerciales que impulsen el relacionamiento comercial entre afiliados y no afiliados.

Palabras claves: Fenalco Santander, Asesorías jurídicas, Cobranza de cartera, Comerciantes, Fidelización, Capital de trabajo.

Abstract

In this report, carried out at the end of the business practice at the *Federation Nacional de Comerciantes*, Santander Section, with a duration of 6 months and in order to obtain the professional title in International Business, all the functions that were carried out at the be a practitioner of the commercial and collection area, and makes clear the execution of these functions through the activities carried out.

The *Federación Nacional de Comerciantes*, Santander Section, is a non-profit entity that was created in order to represent all types of companies and adequately instruct each sector by providing guidance and legal advice, in turn conducting commercial events that promote the commercial relationship between affiliates and non-affiliates.

Keywords: Fenalco Santander, Legal advice, Portfolio collection, Merchants, Loyalty, Working capital.

Glosario

Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO): La Federación Nacional de Comerciantes es una entidad gremial de carácter permanente, sin ánimo de lucro, encargada de fomentar el desarrollo del comercio, de orientar, representar y proteger sus intereses, dentro de un criterio de bienestar y progreso del país. (FENALCO, 2021)

Asesoría jurídica: es aquella que se encarga de ofrecer la información y asesoramiento para solucionar todos aquellos temas relacionados con la aplicación de normativas, leyes y reglamentos en materia de Derecho, ocupando todas las ramas de esta. (Sage Spain, 2021)

Recuperación de cartera: es entendida como el conjunto de actividades para evitar el vencimiento de las cuentas por cobrar, para esto se debe realizar la evaluación, seguimiento y control de los pagos pendientes y encaminar los esfuerzos para lograr un pago pronto y completo de las deudas. (MisAbogados, 2017)

Gremio: Asociación profesional formada por personas que tienen el mismo oficio. (Oxford Languages, 2021)

Servicio: es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado. (Sanchez Galan, 2016)

Fidelización: es un concepto de marketing que designa la lealtad de un cliente a una marca, producto o servicio concretos, que compra o a los que recurre de forma continua o periódica. La fidelización se basa en convertir cada venta en el principio de la siguiente (Wikipedia, 2020)

Cliente: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente. (Oxford Languages, 2021)

CRM: es la sigla utilizada para Customer Relationship Management y se refiere al conjunto de prácticas, estrategias de negocio y tecnologías enfocadas en la relación con el cliente. (Sales Force, 2021)

Afiliación: Se conoce como afiliación a aquel procedimiento a través del cual una persona ingresa a una corporación, una institución, un partido político, una obra social, un sindicato, entre otros, como parte integrante de la misma, generándose además una constancia de la mencionada pertenencia (Ucha, 2010)

Estrategia comercial: es el conjunto de acciones que pone en práctica una empresa para dar a conocer un nuevo producto, para aumentar su cuota de venta o para aumentar su cuota de participación de mercado. (Quiroa, 2020)

Introducción

En el presente documento describiré las actividades realizadas en un tiempo determinado de 6 meses en la *Federación Nacional de Comerciantes* seccional Santander, como practicante del área comercial en su mayor parte y un apoyo leve en el área de cobranza de cartera, realizando así actividades que me llevaron al desarrollo óptimo de mis funciones, actividades como: Atención al cliente en todo su proceso, pre-venta y post venta, Fidelización de clientes, Tele mercadeo, CRM o bases de datos, Venta y comercialización de eventos empresariales entre otras actividades que pusieron a mi disposición.

1. Justificación

Desde inicios de mi carrera cuando me entere que una de las opciones de grado eran las prácticas empresariales, esta opción fue una de las que más me llamo la atención ya que podía llevar a cabo los saberes adquiridos mediante mi proceso universitario y pulirlos en el proceso, también tomas esta experiencia como base para futuros trabajos y conocer la realidad del mercado laboral y empresarial.

Ya cursando mi último semestre y habiendo tomado la decisión de realizar mis prácticas empresariales, empezó la búsqueda de la empresa en donde pudiera llevar a cabo de forma adecuada los conocimientos ganados en los años de educación y así poder generar una idea más concreta del rol que desempeñaría en una empresa.

En esta búsqueda de empresa tuve la suerte de dar con *Fenalco Santander*, empresa que con muy buenos ideales y con un líder espectacular, en la cual empecé a desempeñarme como practicante en el área de cobranza de cartera y asesorías jurídicas, pero por temas del covid-19 me trasladaron al área comercial en la cual me desempeñe en el cargo de Ejecutivo Comercial, realizando actividades las cuales me permitieron tener un contacto directo con empresas de diferentes sectores y de distintos tamaños, además de comercializar eventos y afiliaciones que me ayudaron a pulir conocimientos de estrategia ventas y atención al cliente, los cuales son temas sumamente importantes en el mundo laboral.

2. Objetivos de la Práctica

2.1. Objetivo General

Desarrollar y poner en práctica las habilidades y conocimientos adquiridos en el proceso de formación universitarios, con el fin de lograr ser competitivos en el mercado empresarial y laboral.

2.2. Objetivos Específicos

- Emplear los saberes que se han obtenido en la consecución de la formación profesional dentro de las funciones asignadas.
- Generar un enriquecimiento en el perfil profesional mediante la adquisición de conocimientos ajenos.
- Analizar el mercado laboral e identificar las competencias que nos sirven para desempeñarnos en este.
- Apoyar al departamento comercial de Fenalco Santander, en temas estratégicos, operativos y de procesos.

3. Perfil de la Empresa

3.1. Fenalco Santander

La *Federación Nacional de Comerciantes* seccional Santander es un gremio que busca defender los intereses de sus empresas afiliadas frente a entidades privadas y públicas

3.2. Razón Social

Federación Nacional de Comerciantes

3.3. Misión de Fenalco

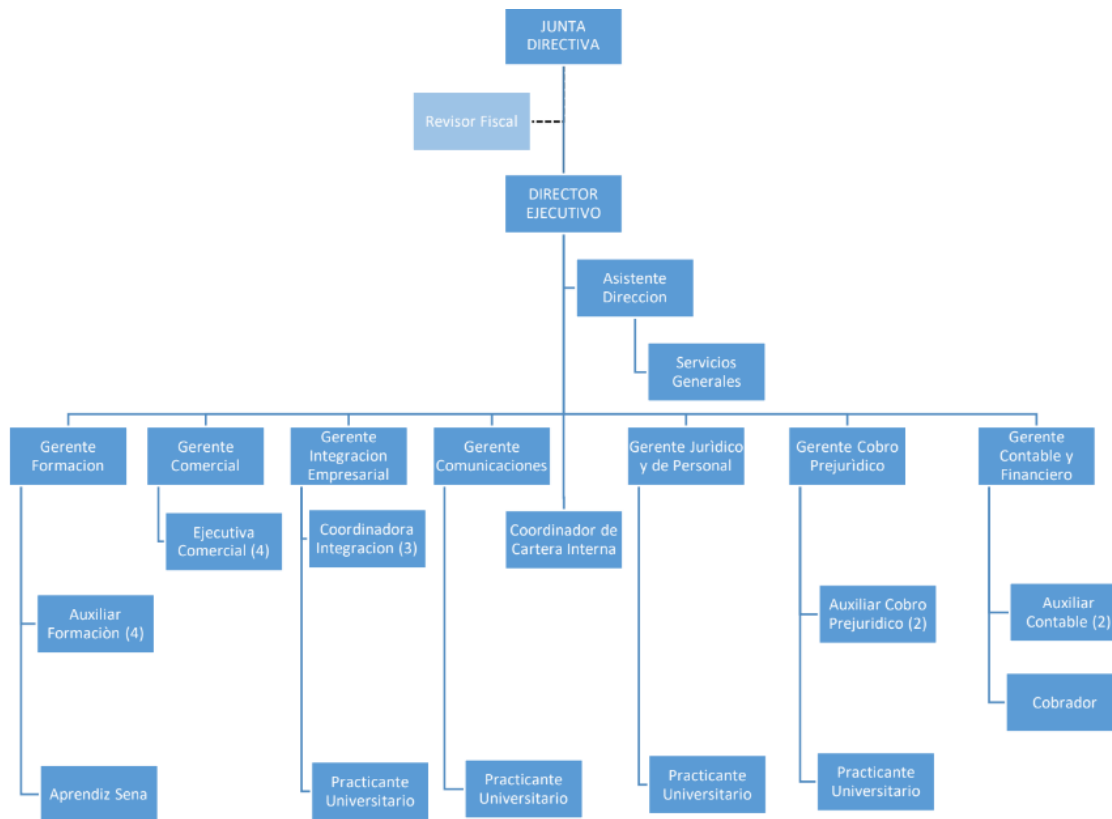
FENALCO trabaja por el bien de la Nación y el desarrollo del comercio. Para esto busca la justicia social, lucha por afianzar las instituciones democráticas y promueve la solidaridad gremial, eficiencia y modernización de los empresarios colombianos. Impulsa el desarrollo intelectual, económico y social, de todas las personas vinculadas al Gremio, y es un foro de discusión sobre los problemas del país. (Manual de calidad- FENALCO Santander- 2019)

3.4. Visión de Fenalco

Para el 2023 FENALCO Santander será el aliado estratégico por excelencia del empresario, Santandereano, contaremos con más de 1.000 afiliados directos activos en la región, que fortalecerán la sostenibilidad financiera y se 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. (Manual de calidad- FENALCO Santander- 2019)

3.5. Organigrama

Figura 1. Organigrama FENALCO Santander 2019



Adaptado: FENALCO, Manual de calidad 2019, Pag 19

3.6. Reseña Histórica

La Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco, es una entidad gremial de carácter permanente, sin ánimo de lucro, encargada de fomentar el desarrollo del comercio y de orientar, representar y proteger, a los empresarios dedicados al ejercicio de esta actividad en sus distintas manifestaciones, y sus intereses, dentro de un criterio de bienestar y progreso del país.

En los primeros meses de 1945 el gobierno del presidente Alfonso López ejerció un severo control sobre la distribución y precios, como consecuencia de las turbaciones económicas producidas por la II Guerra Mundial. La Interventoría Nacional de Precios, organismo encargado de esas funciones, sancionaba a los comerciantes en forma arbitraria y legislaba sobre la actividad mercantil, sin escuchar ningún interlocutor. Se produjo por esa época la Resolución No. 292 que estableció un exagerado régimen de sanciones para el comercio, especialmente para el comercio de teja metálica, alambre de púas, grapas, clavos para herrar, malla de hierro y baldosines. La Resolución No. 292 exasperó los ánimos del comercio. Los comerciantes afectados resolvieron buscar los servicios de un prestigioso abogado, para que demandara la nulidad de la Resolución; acudieron a las oficinas del doctor Francisco José Ocampo, en donde acordaron unificar esfuerzos en la defensa de sus derechos. Nació allí la idea de fundar la Federación Nacional de Comerciantes. Los comerciantes comenzaron a programar una Asamblea del Gremio que debía reunirse en el Teatro Alameda de Bogotá el 14 de mayo de 1945; repartieron hojas volantes de citación, publicaron avisos en la prensa escrita y utilizaron todos los medios de publicidad a su alcance, para lograr una nutrida asistencia.

En estos trabajos preparatorios de la reunión del Teatro Alameda, don Lorenzo Botero Jaramillo, asumió el liderazgo; con dinero de su propio bolsillo pagó el alquiler del teatro.

El comercio respondió al llamado que se le hacía. El lunes 14 de mayo de 1945, en las primeras horas de la noche, se reunió en el Teatro Alameda de Bogotá un grupo de 400 Comerciantes, aproximadamente, entre los que se encontraban delegados de varios sitios del país, con el objeto de definir la posición del gremio ante las nuevas disposiciones promulgadas por el gobierno. En esta reunión varios comerciantes y los doctores Francisco José Ocampo y Enrique Moreno Quevedo, expusieron la posición que debía asumir el comercio ante el creciente

intervencionismo, agravado por la difícil situación económica provocada por la II Guerra Mundial. Hicieron hincapié en la necesidad de constituir prontamente una organización nacional, que asumiera la defensa adecuada de los intereses generales del gremio mercantil en todos sus ramos. Se eligió un comité encargado de realizar estas funciones. Dicho comité se instaló formalmente el 16 de mayo de 1945, en reunión cumplida en las oficinas del doctor Enrique Moreno Quevedo. Este día surgió el nombre de la Federación Nacional de Comerciantes con la sigla Fenalco y se acordó redactar un proyecto de estatutos, para encausar debidamente la organización y funcionamiento de la entidad que se estaba gestando. (Manual de calidad- FENALCO Santander- 2019)

3.7. Portafolio de Servicios

Figura 2 Portafolio de Servicios Fenalco Santander.



Adaptado: FENALCO, Manual de calidad 2019, Pag 12

3.7.1. Actividades Gremiales y Políticas

El primero y más importante de los servicios de la Federación, y que justifica por sí solo su existencia, es el de representar los intereses del sector comercio ante las entidades oficiales y privadas; el objetivo de estas gestiones es luchar porque en la adopción de políticas del Estado no se lesione, ni entorpezca, el ejercicio de la libertad de empresa y de competencia, dentro de una clara conciencia social. En algunas circunstancias se realiza esta actividad ante organismos gubernamentales, legislativos y jurisdiccionales, tanto en el orden nacional, como en el departamental y municipal. (Manual de calidad- FENALCO Santander- 2019)

3.7.2. Mesas Sectoriales e Integración Empresarial

Como gremio líder se encarga de promover organizar y coordinar eventos de carácter nacional y regional, generando así escenarios propicios para la discusión de los sectores que componen el gremio, propender por su integración y tratar la problemática común. (Manual de calidad- FENALCO Santander- 2019)

3.7.3. Auditorios para Eventos

Cómodos auditorios y salas empresariales, escenarios perfectos para la realización de reuniones, convenciones, lanzamientos o juntas directivas de forma cómoda y moderna.

Fenalco ofrece múltiples acomodaciones de acuerdo con el evento, sistema de sonido e iluminación con la última tecnología y todas las herramientas audiovisuales para el desarrollo de la actividad. (Manual de calidad- FENALCO Santander- 2019)

3.7.4. Capacitación

FENALCO Santander, ofrece la mejor opción de aprendizaje permanente para el comercio con más de 13 años de experiencia, adelantando diferentes acciones de formación enfocadas al mejoramiento de la competitividad de las empresas en todas sus áreas, mediante congresos, seminarios, talleres, cursos cortos, diplomados y capacitaciones a la medida, entre otros. (Manual de calidad- FENALCO Santander- 2019)

3.7.5. Publicaciones

Vía correo electrónico los afiliados recibirán información pertinente al desarrollo del sector. A través de este conducto adicionalmente se mantiene contacto directo para resolver sus inquietudes inmediatas. De igual forma reciben información electrónica sobre las actividades que desarrolla el gremio a nivel nacional y regional con las publicaciones NIG-Quiero Compartir. También puede acceder a la Bitácora económica, reglamentación jurídica con el Noti-Juridico. (Manual de calidad- FENALCO Santander- 2019)

3.7.6. Asesoría Jurídica

El afiliado podrá obtener asesoría jurídica suministrada por personal altamente calificado en temas laborales, comerciales, administrativos y resolver de manera oportuna sus dudas e inquietudes jurídicas.

Para las actividades descritas, la Seccional cuenta con el respaldo de la oficina jurídica de la presidencia nacional de FENALCO que coordina y orienta los servicios jurídicos y los avances legales en el orden nacional y local. (Manual de calidad- FENALCO Santander- 2019)

3.7.7. Fenalcobra

Servicio con cobertura a nivel nacional que se presta sin ningún costo para los afiliados a la FEDERACIÓN, quienes podrán recuperar en instancia pre jurídica la cartera en mora de difícil recaudo, lo cual les permite disminuir costos operativos, reducir índices de morosidad y mejorar su liquidez. (Manual de calidad- FENALCO Santander- 2019)

4. Cargo y Funciones

4.1. Cargo

Cargo: Practicante del Departamento comercial.

Jefe directo: Paola Caballero

Lugar: Fenalco Santander Cra 34 #52-99 cabecera.

Horario: lunes a viernes de 8:00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 6:00 pm.

Correo: Comercial@fenalcosantander.com.co

Tiempo: Desde el 17 de febrero del 2020 hasta el 4 de octubre del 2020.

4.2. Funciones Asignadas

- Propagar y difundir entre afiliados el servicio gratuito de cobranza de cartera y asesorías jurídicas en temas de derecho laboral, comercial y administrativos.
- Atender a los afiliados o posibles afiliados resolviendo inquietudes de los servicios que presta Fenalco Santander y de los eventos comerciales que se llevaran a cabo. Informar y de paso hacerle invitación formal a las reuniones y capacitaciones gratuitas, todo esto mediante una comunicación asertiva y una atención a la cliente adecuada.

- Realizar un diagnóstico del área de cobranza para saber cuál era el porcentaje de los afiliados que utilizaban el servicio de cobranza y que porcentaje tenía cada sector, también hacer un estudio para evaluar que estrategias y herramientas están utilizando las empresas de cobranza con mayor participación en el mercado en ese momento.
- Realizar archivos de seguimiento de retiros, teniendo en cuenta las razones por las cuales se retiraban y así saber cuál es el error y como solucionarlo.
- Liderar proyectos comerciales con empresas como credibanco y Focus para así poder generar una alianza estratégica y generar satisfacción en los afiliados.
- Renovar información de las bases de datos o CRM, ingresando nuevos afiliados y actualizando datos de los antiguos.
- Apoyar comercialmente el evento Santander Compra Santander 2020, generando interés en la participación y vendiendo cupos de networking para el evento.
- Utilizar las bases de datos con el fin de buscar nuevos afiliados y programar reuniones personalizadas para explicar los beneficios de pertenecer a Fenalco Santander.
- Identificar que empresas afiliadas tenían como actividad principal la economía naranja para así dar un informe a Fenalco Nacional.

5. Descripción de las Funciones Realizadas y Resultados.

5.1. Funciones.

Propagar y difundir entre afiliados el servicio gratuito de cobranza de cartera y asesorías jurídicas en temas de derecho laboral, comercial y administrativos. Fenalco Santander tiene una cualidad importante y es que entre todos ayudan a que cada afiliado saque el mayor

provecho de todos sus beneficios de pertenecer a este gremio. Mi labor en este caso fue utilizar la base de datos y llamar a los afiliados que no utilizaban este servicio de cobranza y asesorías jurídicas vía telefónica y enviando correos con la información pertinente, también agendaba citas en las que los afiliados iban y solucionaban sus inquietudes en temas de derecho y también en el servicio de cobranza de cartera.

Atender a los afiliados o posibles afiliados resolviendo inquietudes de los servicios que presta Fenalco Santander y de los eventos comerciales que se llevaran a cabo. Informar y de paso hacerle invitación formal a las reuniones y capacitaciones gratuitas, todo esto mediante una comunicación asertiva y una atención a la cliente adecuada. En este caso mi labor fundamental era captar clientes mediante la propagación de los servicios y beneficios de pertenecer a Fenalco, también era primordial orientar a los afiliados con las inquietudes que tuvieran e informarlos de los eventos que se llevarían a cabo en los meses cercanos y de paso tener un contacto con ellos y poder preguntarles que tal iban con la afiliación y así hacerlos sentir a gusto con el servicio.

Realizar un diagnóstico del área de cobranza para saber cuál era el porcentaje de los afiliados que utilizaban el servicio de cobranza y que porcentaje tenía cada sector, también hacer un estudio para evaluar que estrategias y herramientas están utilizando las empresas de cobranza con mayor participación en el mercado en ese momento. Para llevar a cabo esta labor pedí el número de afiliados los cuales en ese momento utilizaban ese servicio de cobranza y el total de afiliados hasta el momento y saqué un porcentaje, en ese momento el porcentaje fue de 7.4% de las empresas afiliadas utilizaban en ese momento el servicio, de ese 7.4% la mayor parte de empresas eran de los sectores de Automotores y servicio al comercio.

Tabla 1. *Porcentajes macro-sector*

Macro sector	Porcentaje
Educación	10.9%
Textiles/Confecciones	13%
Alimentos y víveres	13%
Automotores	22%
Servicio al comercio	19.6%
Productos químicos e insumos agropecuarios	4%
Salud	2.2%
Construcción	6.6%
Restaurantes, hoteles y servicios turísticos	2.2%
Artículos del hogar	2.2%
Centros comerciales y propiedad raíz	4%

Sin embargo, un registro histórico nos muestra que en total las empresas que han utilizado el servicio son 623 empresas, un número muy considerable si lo comparamos con el total de empresas afiliadas al mes de enero del 2020.

Cabe resaltar que el servicio de cobranza de cartera en Fenalco tiene unos parámetros los cuales las empresas tienen que cumplir en su totalidad para poder hacer parte de este. Dicha información nos ayuda a justificar porque la participación del servicio comparada con el total de empresas afiliadas es tan baja, ya que hay empresas que no manejan cartera superior a un millón de pesos que es lo mínimo para poder hacer parte del servicio.

También hay otras razones, como lo son el hecho de que algunas empresas envían cartera en mora, pero no constantemente, solo cuando es necesario.

Hay empresas las cuales ya cuentan con un departamento de cartera y por esa razón tampoco utilizan el servicio.

Al investigar lo que utilizaban las grandes empresas de cobranza de cartera en Colombia se pudo identificar que este servicio es tercerizado en muchos casos y que se utilizan herramientas como llamadas pregrabadas, mensajes de WhatsApp, mailing masivos, mensajes de

texto y si estas herramientas tecnológicas no generan solución alguna interviene el talento humano.

Estas herramientas han ayudado a que la tasa de recuperación por cobranza en Colombia entre el año 2017 y 2018 sea de un 45%.

Realizar archivos de seguimiento de retiros, teniendo en cuenta las razones por las cuales se retiraban y así saber cuál es el error y como solucionarlo. En esta labor realice un aporte no tan profundo porque ya había una practicante encargada de esto, pero en el proceso fue bueno entender por qué muchas de las empresas que se desvinculaban era en su mayoría porque desconocían de los servicios y beneficios y por ende le daban poco uso a estos, de esta forma se logró entender que al afiliarse una empresa era necesario mostrar a detalle todos los beneficios e ir recordando a medida que el tiempo pasaba de todo lo que los afiliados podían gozar, como por ejemplo capacitaciones, horas gratis de salones y salas de juntas, descuentos en estudio, asesoría jurídica gratis e ilimitada, entre otros beneficios. Cabe resaltar que en su mayoría los retiros aumentaron debido a las restricciones comerciales que se generaron por la cuarentena, lo cual hizo que muchas empresas cerraran sus puertas al público, de igual manera se generó una estrategia comercial con una entidad financiera para dar ayudas económicas a pequeñas y medianas empresas con el fin de subsanar la falta de movimiento comercial y lograr que muchas empresas no quebraran.

Liderar proyectos comerciales con empresas como credibanco y Focus para así poder generar una alianza estratégica y generar satisfacción en los afiliados. En esta labor mi jefe me delegó liderar convenios para generar ingresos al área comercial, en este caso para poder realizar efectivamente esta tarea recurrí a utilizar herramientas tecnológicas ya que en ese momento estábamos en cuarentena permanente, utilicé mailing masivo en el cual puse piezas publicitarias

con números de contacto de las personas asignadas para cada convenio y también con una invitación y breve descripción del convenio. Al final del mailing había un enlace que redirigía a los interesados a una encuesta en la cual ellos daban a conocer que convenio les interesaba (Afiliación, credibanco, Focus o todas las anteriores) y así yo redirigía o llamaba a las personas interesadas con el fin de generar interés y por último que utilizaran el servicio que se les ofrecía. En casos como credibanco y Focus se logró hacer reuniones virtuales con el fin de que conocieran más a fondo cada servicio y su descuento por hacer parte de Fenalco.

Las piezas publicitarias realizadas se subieron a las redes comerciales de Fenalco Santander con el fin de albergar un público amplio.

Renovar información de las bases de datos o CRM, ingresando nuevos afiliados y actualizando datos de los antiguos. Fenalco Santander maneja bases de datos bien estructuradas y con información esencial la cual ayuda a tener un contacto óptimo con sus afiliados, al hacer parte del área comercial tenía que alimentar muy seguido estas bases de datos, porque cada que se generaba una afiliación se tenía que integrar al CRM y debido a temas de cuarentena también se tenían que organizar las afiliaciones por meses y en carpetas individualmente con cada uno de los documentos necesarios para la afiliación. La actualización de datos se llevaba a cabo mediante llamadas en las cuales pedíamos de manera formal y ágil la confirmación de los datos que teníamos en nuestro CRM con el fin de no quitarles tiempo y de hacerles entender que es de suma importancia tener datos de contacto actualizados con la empresa.

Apoyar comercialmente el evento Santander Compra Santander 2020, generando interés en la participación y vendiendo cupos de networking para el evento. Este evento es uno de los más importantes en el calendario de eventos de Fenalco Santander y fue todo un reto, ya que el Santander Compra Santander es un evento que de relacionamiento comercial en el cual empresas

de diferentes sectores buscan conocer clientes sea para vender o para comprar y debido al covid-19 este evento no se pudo llevar a cabo de manera presencial lo cual en un principio generó una desmotivación grande pero al pasar los días y mediante promoción y propagación del evento se logró que más de 500 empresas participaran en el evento.

Para comercializar el evento se distribuyeron bases de datos entre las áreas de la empresa y se empezó a invitar a reuniones virtuales las cuales explicaban cada detalle del evento y en algunas reuniones a los asistentes se les daba promociones de 2x1 o del 50% de descuento en el cupo del evento para generar un interés más rápido y una compra inmediata ya que esas promociones eran válidas solo si se facturaban el día de la reunión.

Tabla 2. *Orden de Factura Santander Compra Santander 2020*

Orden de factura	Fecha 06/08/2020
Nombre	CALZADO PEDMAN
Identificación	28131852-2
Concepto de factura	Cupo de networking S.C. S
Total	75.000
Dirección	Cl 51a # 14-155 Barrio San Miguel
Entrega a	calzadopedman@gmail.com

En este caso como yo era foráneo y por cuarentena retorne a mi ciudad natal hacia las facturas en Word las cuales enviaba a cartera interna en donde generaban una factura electrónica la cual se le enviaba al correo de contacto que había en la orden de factura o directamente al WhatsApp, en la realización del evento el área comercial tuvo una excelente participación, en mi

casi logre vender maso menos un millón de pesos en cupos de networking, en el caso de la factura fue una promoción del 50% de descuento ya que para afiliados el cupo tenía un costo de 100.000 mil pesos colombianos y para no afiliados 150.000 pesos colombianos, esta experiencia me ayudó mucho a aprender y poner en practica conocimientos fundamentales para cierre de ventas.

Utilizar las bases de datos con el fin de buscar nuevos afiliados y programar reuniones personalizadas para explicar los beneficios de pertenecer a Fenalco Santander. Para tener una información nueva de potenciales afiliados se utilizó la base de datos de las empresas no afiliadas a Fenalco Santander que participaron en el Santander Compra Santander 2020, en donde se hacía una llamada en la cual se intentaba contactar con el representante legal o con una persona la cual tuviera el poder de darnos un sí o un no, también se les enviaba toda la información, beneficios y papales requeridos para la afiliación, en algunos casos se programaron reuniones virtuales con el fin de brindar la información con mayor facilidad y así generar una afiliación, en ese momento por ser cuarentena era difícil de generar una afiliación pero con una buena persuasión y dando a conocer que la afiliación era más que todo una inversión ya que tenía muchos beneficios logre afiliar unas 4 empresas que ayudaron a enriquecer mi conocimiento y experiencia.

Identificar que empresas afiliadas tenían como actividad principal la economía naranja para así dar un informe a Fenalco Nacional. En este caso fue una tarea corta pero importante en la cual tuve que realizar una búsqueda en las bases de dates para poder identificar que empresas hacían parte de la economía naranja, esto lo pude hacer ayudándome de que en el CRM las empresas se dividen por sectores y ayudándome de la razón social la cual en algunos casos ayudo a identificar la actividad principal de algunas empresas, se envió el reporte a Fenalco Nacional

con el fin de que tuvieran clara la información y así poder incentivar el crecimiento de este tipo de empresas.

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

Desempeñadas

- Reglamento de práctica empresarial de la Universidad Santo Tomás
- Reglamento interno de Fenalco Santander
- Estatutos Fenalco

7. Aportes

7.1. Aportes de la entidad al estudiante

La realización de mis prácticas empresariales en Fenalco Santander fue sin lugar a dudas una experiencia llena de crecimiento intelectual y profesional, llegué a un lugar donde supe el valor tan importante que tiene un líder y el valor individual de cada una de las personas que hace parte de la empresa, la importancia de cada una de ellas y del saber cómo generar un valor agregado tanto para el cliente como para la nómina.

También fue muy enriquecedor tener un contacto directo con empresarios de la región de Santander y la importancia de cada uno de ellos en el desarrollo de la región, también fue de suma importancia llevar a cabo tareas de todo tipo, desde atención al cliente hasta cierre de ventas donde pude pulir estrategias de persuasión para realizar ventas.

La experiencia fue muy completa ya que al delegarme tareas que requerían de un compromiso bastante alto, me daban a entender que confiaban en mis habilidades y yo al realizar

dichas actividades generaba esa confianza propia que me ayudo a creer mucho en mí y en mis conocimientos y habilidades.

8. Conclusiones

En conclusión, Fenalco Santander es un gremio que es reconocido a nivel nacional por su excelente operación y también es un gremio con unos ideales intachables que tiene como actividad principal ayudar y representar a los empresarios de la región con el fin de generar un crecimiento óptimo en la región y sus empresarios.

Cabe resaltar que Fenalco Santander busca que todas las empresas se ayuden entre ellas, creando espacios para el relacionamiento comercial para así poder que empresas Santandereanas interactúen entre ellas y sean clientes unas de otras.

Y finalmente agradezco a la *Federación Nacional de Comerciantes Seccional Santander* por permitirme realizar mis prácticas empresariales en este gremio tan importante donde pude ver desde adentro el mundo empresarial.

Referencias

- FENALCO. (2021). *FENALCO Santander*. Recuperado el 11 de 03 de 2021, de <https://www.fenalcosantander.com.co/secciones/quienes-somos/fenalco.php>
- MisAbogados. (31 de 05 de 2017). *MisAbogados*. Recuperado el 11 de 03 de 2021, de <https://www.misabogados.com.co/blog/que-es-la-administracion-y-recuperacion-de-cartera#:~:text=La%20administraci%C3%B3n%20y%20recuperaci%C3%B3n%20de%20cartera%20es%20entendida%20como%20el,y%20completo%20de%20las%20deudas>
- Oxford Languages. (2021). *Lexico*. Recuperado el 11 de 03 de 2021, de <https://www.lexico.com/es/definicion/gremio>
- Oxford Languages. (2021). *Lexico*. Recuperado el 03 de 11 de 2021, de <https://www.lexico.com/es/definicion/cliente>
- Quiroa, M. (12 de 08 de 2020). *Economipedia*. Recuperado el 03 de 11 de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-comercial.html>
- Sage Spain. (2021). *Sage*. Recuperado el 11 de 03 de 2021, de <https://www.sage.com/es-es/blog/diccionario-empresarial/asesoria-juridica/>
- Sales Force. (2021). *Salesforce*. Recuperado el 03 de 11 de 2021, de <https://www.salesforce.com/mx/crm/>
- Sanchez Galan, J. (13 de 02 de 2016). *Economipedia*. Recuperado el 11 de 03 de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Ucha, F. (09 de 2010). *Definicion abc*. Recuperado el 11 de 03 de 2021, de <https://www.definicionabc.com/politica/afiliacion.php>

Wikipedia. (27 de 09 de 2020). *Wikipedia*. Recuperado el 03 de 11 de 2021, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Fidelizaci%C3%B3n>