



**Trabajo de Prácticas Profesionales como Opción de  
Grado**



PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS ESTRATEGIAS  
ENCAMINADAS A LA OBTENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE NUEVOS CLIENTES.

CARLOS ARTURO CASTRO ABUABARA  
2016120025

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ECONOMISTA

MERCEDES MARTÍNEZ ZABALETA  
Tutor de Practica

NANCY MARINA PERTUZ GUTIERREZ  
Tutor Empresarial

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas  
Programa de Economía  
Santa Marta  
2022

## **1. Introducción**

Las cajas de compensación familiar tienen como fin brindar bienestar social a los empleados y sus familias, esto lo logran a través del otorgamiento de subsidios, servicios y productos, los empleadores cada vez que afilian a sus empleados a una caja de compensación esperan que sus empleados reciban un servicio eficiente y eficaz, pues son sus recursos los que están pagando tal cosa.

Este trabajo propone diseñar una serie de estrategias encaminadas a mejorar el área de mercadeo de la Caja de Compensación Familiar del Magdalena (CAJAMAG), desde el área de revisoría fiscal se ha podido evidenciar algunas falencias que se pueden mejorar, es por ello que se propone específicamente para el área de mercadeo, pues está es la encargada de trazar la hoja de ruta para la obtención y fidelización de clientes, lo que permite recaudar más recursos económicos y ser más eficientes a la hora de brindar los servicios.

Las estrategias propuestas, se hacen después de un análisis detallado del comportamiento del área de mercadeo, se trata de implementar una serie de acciones encaminadas a los canales comerciales, a la estructura y formalización del área de mercadeo en cuento al personal de trabajo y a la realización de planes de mercado diferenciados para cada producto y/o servicio ofrecido por CAJAMAG.

## 2. Generalidades de la empresa

**Nombre de la empresa:** Caja de Compensación Familiar del Magdalena. (CAJAMAG).

Dirección; calle 23 Núm. 7 – 78 sede principal Santa Marta, cuenta con seis unidades integrales de servicio en los municipios de Ciénaga, Fundación, El Banco, Pivijay, Santa Ana y Plato.

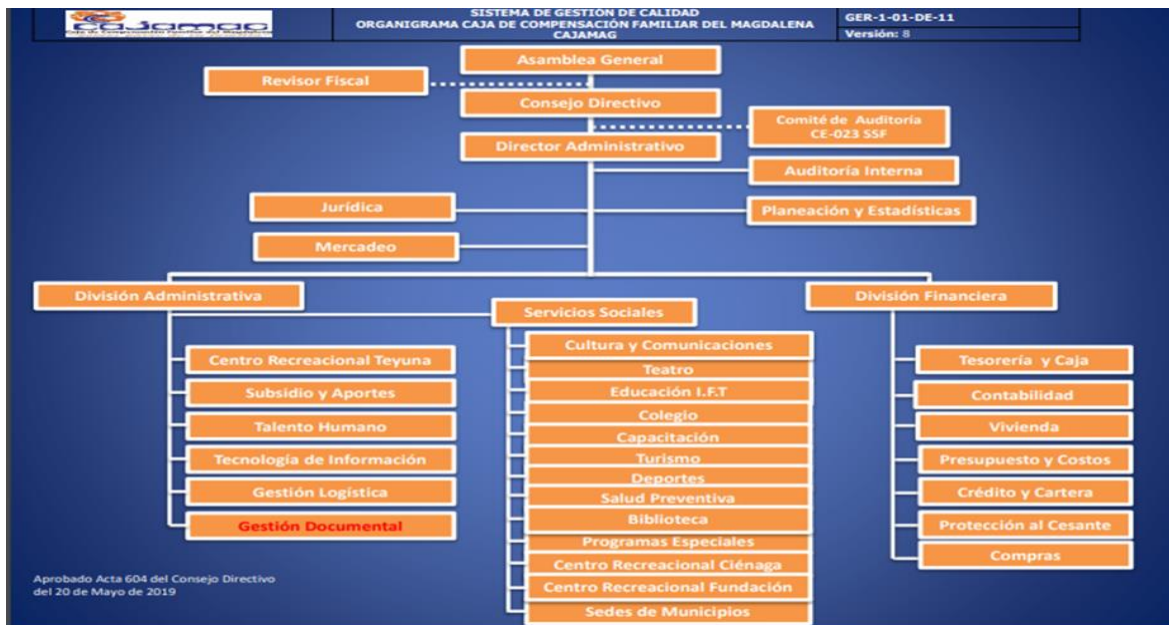
**Razón Social:** La Caja de Compensación Familiar del Magdalena CAJAMAG, es una corporación de derecho privado sin ánimo de lucro, que pertenece al Sistema de Subsidio Familiar y al Sistema Integral de Protección y Seguridad Social colombiano.

En cumplimiento de su misión, CAJAMAG genera oportunidades que permiten cerrar la brecha social, desarrolla su gestión a través de la Administración de Recursos y la Prestación de Servicios Sociales, contribuyendo al mejoramiento de las condiciones de vida y el desarrollo humano integral de los trabajadores afiliados, sus familias y población vulnerable beneficiaria de los diferentes programas (CAJAMAG, Cajamag , sf).

**Cultura:** Cultura organizacional orientada a las personas.

**Figura 1**

*Organigrama institucional*



Fuente; [https://www.cajamag.com.co/wp-content/uploads/2020/07/.ORGANIGRAMA\\_CAJAMAG.pdf](https://www.cajamag.com.co/wp-content/uploads/2020/07/.ORGANIGRAMA_CAJAMAG.pdf)

**Número de trabajadores;** En la actualidad CAJAMAG cuenta con un número total de 260 empleados, distribuidos en todas las sedes y unidades integrales de servicio en todo el Departamento de Magdalena.

## **2.2 Filosofía institucional.**

### **Historia**

La Junta Militar de Gobierno el día 21 de junio del año 1957 expidió el Decreto Legislativo No.118 por medio del cual se creaba el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y se ordenaba el pago del Subsidio Familiar a todos los trabajadores de las empresas privadas del País (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

Tres meses después de haberse conocido el Decreto Legislativo de la Junta Militar de Gobierno presidida por el General Gustavo Rojas Pinilla se reunieron en la ciudad de Santa

Marta los Representantes Legales de 37 Empresas en la sede de la Seccional de Fenalco del Magdalena para fundar la Caja de Compensación Familiar del Magdalena y pagar a través de esta el Subsidio Familiar que ordenaba la Ley (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

A las 8 de la noche del 26 de septiembre del año 1957 se realizó la Primera Asamblea General de Afiliados. Teniendo en cuenta el orden alfabético de apellidos, se escogió para presidir provisionalmente la instalación a Don Víctor Abello, quien en ejercicio de sus funciones declaró debidamente instalada la Asamblea (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

Acto seguido se procedió a hacer la elección de dignatarios habiendo sido elegidos para presidente Don Víctor Abello Noguera y para secretario Don Carlos Nery López.

Ellos explican a los Representantes de las Empresas los objetivos de la Caja de Compensación Familiar y dan lectura a los Estatutos que la regirán, los cuales son aprobados en dicha Asamblea. A solicitud de la Presidencia se procede a hacer la elección de la Primera Junta Directiva, director y Auditor, cuyo resultado fue el siguiente: Para la Junta Directiva: Principales: Alfredo Maya A, José B. Vives Campo, Ludwig Krauzs, Augusto Ellidge y Joaquín Pinto Cotes. Suplentes: Manuel D. Abello, Juan Faucett, Wilfrido Escofet, Alonso González **Burgos** y Rafael Zuñiga Magri. Fue elegido Revisor Fiscal Principal, Nelson Sánchez y Suplente Luis Palacio. El primer Consejo Directivo nombró al señor Carlos Nery López como primer director Administrativo. Esta Primera Asamblea General de Afiliados finalizó a las 10 de la noche (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

## ***Empresas fundadoras de la Caja de Compensación Familiar del Magdalena***

Las Empresas con las cuales se fundó la Caja de Compensación Familiar del Magdalena CAJAMAG fueron las siguientes:

- Campeñon Bernard
- Coltesamar
- Finca Garrapa
- Carlos Aurelio Lacouture
- José Lacouture Dangond
- Finca Bellavista
- M.D. Abello Cia. Ltda.
- Abello Vives Compañía
- Hacienda Palestina
- Finca Lucila Marina
- Tipografía Scoget
- <sup>8</sup>Compañía Agrícola De Santa Ana
- José B. Vives
- José B. Vives De Andaréis
- José B. Vives Campo
- Silvia Rosa C. De Vives
- José B. Vives E Hijos
- Gran Cacharrería Universo
- Club Santa Marta
- Virginia Ltda.

- Fundación De Productos De Banano
- M. A. Zúñiga E Hijos
- Compañía Automotriz
- Finca Eloísa
- Almacén J.V. Barrios
- Hielo Ltda.
- Automotora Del Magdalena
- Park Hotel
- Hotel Tayrona
- Orlando Diaz Granados
- Almacén La Moderna
- Enrique González
- Hacienda Papare
- Acueducto De Santa Marta
- Consorcio Bananero

La Caja de Compensación Familiar de Fenalco como se llamó inicialmente comenzó a prestar su servicio, pagando el Subsidio Familiar en la Calle 15 No.3-105. En 1969 empieza a ofrecer a sus afiliados el servicio Médico con Odontología, Medicina General, Pediatría y Vacunación. Con el deseo de prestar los servicios médicos en forma más cómoda en la Sede de la Calle 15 traslada sus Oficinas Administrativas al Edificio de los Bancos frente al Parque Bolívar (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

Luego se pasan todas las Oficinas para el Edificio donde funcionan actualmente los Juzgados. En 1980 las Oficinas Administrativas y los Servicios Médicos se ubican en la Calle 22 con Carrera 2.

### ***Edificio Administrativo***

En el año de 1981 se inicia la construcción de una moderna edificación contándose con los servicios del Doctor Carlos Bermúdez como Ingeniero y el Doctor Jairo Donado Pinto como Interventor de la Obra.

Las nuevas instalaciones de CAJAMAG fueron inauguradas el día 15 de julio de 1984 y actualmente funcionan todas las Oficinas Administrativas y de Servicios (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Supermercado CAJAMAG***

El día 1° de diciembre de 1987 comienza la era del Mercadeo para CAJAMAG con la inauguración de un moderno supermercado, el cual por su gran infraestructura era único en la ciudad. Un acontecimiento que lleno de alegría a toda la ciudadanía por contar Santa Marta con un sitio de esta naturaleza donde se podían hacer todas las compras con la facilidad que ofrecía el sistema de autoservicio (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Directores***

Desde su fundación la Caja de Compensación Familiar del Magdalena ha tenido 3 directores, quienes en sus respectivas administraciones siempre han procurado el desarrollo y progreso de la Corporación. De 1957 a 1980 dirigió Don Carlos Nery López. De 1980 a 1984 dirigió Don Manuel Alfonso Illidge. Desde el 12 de octubre de 1984 hasta abril de 2018 dirigió



el Doctor Jairo Donado Pinto y desde mayo de 2018 a la fecha dirige la Doctora Martha García Valencia (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Empresas Afiliadas***

Son las personas jurídicas o naturales que cumpliendo con los requisitos establecidos en la ley y en los estatutos de la Caja han sido admitidas e inscritas a la Caja como afiliadas. Tal calidad lleva consigo ciertos derechos y obligaciones determinados en los estatutos de la Caja y en la Ley (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### **Servicios Que Actualmente Presta CAJAMAG**

Además del pago del subsidio familiar en dinero a los beneficiarios con derecho a esta prestación social, CAJAMAG ofrece a sus afiliados y comunidad en general los siguientes servicios:

### ***Programas De Salud Preventiva***

CAJAMAG, lidera el desarrollo de actividades de promoción y prevención, a través del esquema de inmunización (vacunación) con los biológicos que se encuentran del programa ampliado de inmunización (PAI) y fuera de él.

Además, se ofrecen jornadas de salud se realizan tomas de glicemia, presión arterial, citología y charlas de salud a las empresas en temas como virus del papiloma humano y neumococo.

Como una opción para nuestros afiliados CAJAMAG en convenio con entidades de salud y especialistas de las diferentes ramas de la medicina, ofrece servicios especializados a los afiliados con tarifas preferenciales (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Educación Formal – Colegio CAJAMAG***

El Colegio CAJAMAG, brinda a los afiliados y comunidad en general, el servicio educativo en los niveles de Pre- Escolar, Básica Primaria y Media, con énfasis en la formación jóvenes integrales con habilidad científica, artística y cultural, incluyendo la informática, las ciencias, los idiomas y la actividad deportiva (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Educación Para El trabajo Y El Desarrollo Humano***

El Instituto de formación técnico IFT – CAJAMAG, ofrece programas técnicos laborales aprobados mediante Resolución N° 1270 del 9 de septiembre de 2009, expedida por la secretaria de Educación del Distrito de Santa Marta, en uso de sus facultades legales y reglamentarias y en especial las conferidas por la Ley 115 de 1994, Ley 1064 del 2006 y decreto 1075 de 2015.

Estos programas de formación integral están basados en normas de competencia laboral ubicados dentro del área ocupacional y laboral (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

En la actualidad se ofrecen los siguientes programas:

- Técnico laboral en contabilidad
- Técnico laboral logística portuaria
- Técnico laboral en mercadeo digital y comercio electrónico
- Técnico laboral en administración de productos turístico
- Técnico laboral en seguridad ocupacional
- Técnico laboral en Música.
- Técnico laboral Gestión hotelera y turísticas.

- Técnico laboral Asistente administrativo bilingüe.
- Técnico laboral Atención integral a la primera infancia
- Técnico laboral en Cocina nacional e internacional.
- Técnico laboral en Entrenamiento deportivo y fitness

La estructura curricular de estos programas está diseñada bajo lineamientos orientados a ofrecer al sector productivo trabajadores competentes y competitivos no solo en la propia práctica ocupacional sino también como un ser integral, con excelente manejo de las relaciones interpersonales y trabajo en equipo (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

Además, cuenta con programas de conocimientos académicos, los cuales están direccionados a:

- Pruebas saber 11°: Potencializar la formación de los estudiantes a través de las técnicas y estrategias pedagógicas que les permitan obtener buen desempeño en el examen del estado ICFES SABER 11°.
- Herramientas Informáticas: Fortalecer los procesos lectores y escritores como condición para el desarrollo humano, la erradicación del analfabetismo, la participación social, ciudadana y el manejo de los elementos tecnológicos que ofrece el entorno.
- Conocimientos académicos en actualización en habilidades gerenciales.
- Conocimientos académicos en desarrollo del ser desde el enfoque organizacional.
- Conocimientos académicos en desarrollo de emprendimiento productivo.
- Conocimientos académicos en seguridad en la atención y humanización del servicio.
- Conocimientos académicos en actualización en contabilidad internacional.
- Conocimientos académicos en actualización en mercadeo digital.
- Conocimientos académicos en actualización manejo defensivo y seguridad vial.

- Conocimientos académicos en ingles Nivel Intro
- Conocimientos académicos en ingles Nivel A1
- Conocimientos académicos en ingles Nivel A2
- Conocimientos académicos en ingles Nivel B1
- Conocimientos académicos en ingles Nivel B2

### ***Programa De Capacitación Informal***

El propósito fundamental de las Cajas de Compensación Familiar es el bienestar del trabajador y sus familias, siendo consecuente con este propósito CAJAMAG a través del Centro de Capacitación incluye dentro de su portafolio de servicios alternativas de capacitación con una variada oferta de programas de desarrollo personal, familiar y empresarial, orientados al emprendimiento de nuestros afiliados y de la comunidad en general

Formación en artes y oficio: este programa ofrece a los participantes la oportunidad de desarrollar habilidades en el desempeño de un arte y oficio (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

Tecnología de la Información: ofrecemos numerosas alternativas y que van desde la formación básica para el manejo del software de escritorio hasta la capacitación más especializadas.

Escuela de negocios: ofrece una gran variedad de cursos, seminarios y conferencias, cuyo propósito es contribuir al desarrollo y crecimiento socioeconómico de la región, mediante la capacitación y/o actualización del talento humano, como elemento primordial de la dinámica empresarial (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

## ***Cultura***

Desarrolla programas y actividades artísticas dirigidas a los afiliados y ciudadanía en general.

Apostando al crecimiento y desarrollo cultural de la ciudad, se adelantó la construcción del Proyecto “Teatro CAJAMAG”, con la aprobación de la Superintendencia del Subsidio Familiar, proyectando un moderno y atractivo teatro con capacidad para 840 personas. Un escenario con todas las comodidades para apreciar grandes obras de teatro y toda clase de eventos artísticos y culturales (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Escuela De Música CAJAMAG***

Niños, jóvenes y adultos aprenden y tienen un acercamiento a la música de manera formativa, con un aprendizaje que combina la enseñanza con la lúdica, a partir de los 3 años.

### ***Orquesta Sinfónica Juvenil E Infantil***

Permite que los niños entre las edades de 7 a 18 años con aptitudes para el canto puedan desarrollar una labor formativa y pedagógica a través de la música (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Coral Polifónica CAJAMAG***

Creado desde 1987, es la imagen cultural de la corporación y cumple una labor de difusión de la música coral con la realización de conciertos, asistencias a eventos culturales, religiosos y musicales. Se encuentra conformado en su mayoría por funcionarios de CAJAMAG y trabajadores de empresas afiliadas quienes aprovechan sus horas no laborales para esta actividad artística (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Programa Persona Mayor “Club Arhuaco”***

Tiene como propósito aumentar la calidad de vida de los afiliados mayores de 50 años, mediante espacios de socialización y motivación para su participación en la vida social, por medio de capacitaciones, orientación de trabajo social, actividades recreativas como paseos, caminatas y excursiones, danzas folclóricas, rumbaterapias, entre otros.

### ***Biblioteca***

Promueve la lectura, cultura y el arte; ofrece programas de extensión bibliotecaria, consulta en sala, préstamo de los libros a domicilio, biblioteca virtual, servicio de hemeroteca, sala infantil, cajas viajeras, promoción y animación de lectura, biblioteca móvil (Bibliobús- convenio con Colcultura), red de biblioburro, convenio de cooperación técnica con el instituto nacional para ciegos “oídos para ver”, que permite el acceso a la informática a personas ciegas o con baja visión. Se encuentra integrada a la Red Nacional de bibliotecas de las Cajas de Compensación Familiar (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Deportes***

CAJAMAG brinda recreación para un mejor aprovechamiento del tiempo libre con la realización de Campeonatos Interempresariales de Fútbol, Microfútbol, Baloncesto y Voleibol.

Estos eventos mantienen la integración de los trabajadores de las empresas afiliadas. Los campeonatos deportivos permiten a cada uno de los participantes estrechar nuevos vínculos de amistad, fraternidad y compañerismo (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Escuela De Formación Deportiva***

Por medio de este programa se estimulan a los niños en el aprendizaje y desarrollo de actividades deportivas y recreativas como un proceso básico formativo integral, donde se

divertirán y aprenderán sobre diferentes disciplinas, logrando así el máximo aprovechamiento del tiempo libre, en las áreas de: fútbol, natación, karate-do, ajedrez, patinaje, baloncesto, béisbol y voleibol (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Turismo Social***

Ofrecemos programas turísticos con diferentes destinos nacionales e internacionales, caminatas ecológicas, días de playa, receptivos, pasadías, cruceros, todo esto con el fin de satisfacer las necesidades de los trabajadores, beneficiarios y comunidad en general.

### ***Centro Recreacional Teyuna***

El Centro Recreacional Teyuna es una alternativa de turismo ecológico, un lugar propicio para el descanso y el esparcimiento tiene la capacidad de recibir 6.000 personas.

Confortables Cabañas: cuenta con 40 cabañas con capacidad para 6 personas, provistas con aires acondicionados, tv, baño, terraza y balcón. Servicio a la habitación y parqueadero privado (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

Salones: para la realización de eventos especiales como seminarios, convenciones, congresos, grados etc. Acondicionados con equipos de la alta tecnología, con ayudas audiovisuales, sonido y aire acondicionado, entre ellos;

- Auditorio: capacidad para 300 personas.
- Neguanje: capacidad para 100 personas.
- Arrecifes: capacidad para 200 personas.
- Salón VIP: capacidad para 80 personas.

Restaurante a la Carta, Cafetería-autoservicio, Kioscos familiares, Bar-B-Q y punto de ventas de comidas rápidas.

Kioscos: contamos con 2 confortables kioscos con capacidad para 150 personas, para la realización de reuniones de trabajo, eventos sociales, culturales, recreativos, acondicionados con un entorno de naturaleza en todo su esplendor.

Zonas Deportivas: el centro recreacional cuenta con una zona extensa para deportes y actividades de competencias.

Minizoológico: cuenta con variedades de especies exóticas de nuestra fauna colombiana al igual que animales legendarios de otros destinos.

Piscinas: rodeadas por amplias zonas verdes, encontramos 4 piscinas (piscina niños con juegos infantiles, semiolímpica, zona de cabañas, y con toboganes).

Tobogán: el exclusivo tobogán acuático de Teyuna brinda un recorrido, lleno de emociones para toda la familia (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Sede Social Y Recreativa Las Palmeras - Ciénaga***

Ofrece a nuestros afiliados de Ciénaga y Zona Bananera una alternativa para la recreación y el sano esparcimiento.

Servicios: Salón de eventos y conferencias, Canchas de microfútbol, Restaurante y cafetería, Kiosko social, Piscina de adultos y niños, Parque infantil (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Centro Recreacional Buenavista en el Municipio De Fundación***

Ofrece a nuestros afiliados de Fundación y Zonas aledañas una alternativa para la recreación y el sano esparcimiento.



Servicios:

Salones, Canchas Sintética Tiro & Gol, Restaurante y cafetería, Kiosko social, Piscina de adultos y niños (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Recreación***

A través de este servicio se promueve el buen uso del tiempo libre mediante el desarrollo de programas y actividades sociales, lúdicas y recreativas que fomentan la integración familiar y laboral. Tales como: celebraciones de fechas especiales, rumbaterapias, domingo en familia, vacaciones recreativas, entre otros (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Jornada Escolar Complementaria***

Se enmarcan dentro de las políticas educativas, culturales y de juventud trazadas por el Gobierno Nacional, dirigido a la población de estrato 1 y 2 del SISBEN, orientado a atender niños, niñas y jóvenes, en edades que oscilan de 7 a 15 años de edad, especialmente de instituciones públicas o escolarizados, pertenecientes a la población vulnerable por medio de programas lúdico – recreativos, que le permitan desarrollarse sanamente, con conocimientos educativos de mucha actualidad, complementando sus espacios recreacionales con deportes, bailes folclóricos y de cultural general (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

La Jornada Escolar Complementaria complementa el desarrollo curricular de los establecimientos educativos, diseñado para orientar pedagógicamente la utilización del tiempo libre en actividades que fortalezcan las competencias básicas en jornadas contrarias a la tradicional de la escuela. La prioridad de este proyecto educativo es dar la oportunidad a los estudiantes que se encuentre matriculado en una institución educativa de descubrir sus actitudes y aptitudes a través de la lúdica como herramienta eficaz para el desarrollo de sus habilidades

psicomotoras básicas para su aprendizaje, el desarrollo cognitivo, social y emocional (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***programa de atención integral a la niñez de 0 a 6 años***

El Programa Atención Integral al Menor fue creado con el firme propósito de beneficiar a niños y niñas de escasos recursos, de estratos 1 y 2 sensibilizados entre las edades de 0 a 6 años, a través de actividades encaminadas a la socialización y desarrollo psicosocial de los niños, tales como: actividades de nutrición, Apoyo psicológico en el área educativa y social, Terapia ocupacional, Actividades de fisioterapia, Actividades de orientación a padres de familia, Actividades de esparcimiento del niño, Actividades pedagógicas, Brigadas de Salud y Eventos – Olimpiadas Niño Especial (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Crédito Social***

Múltiples posibilidades de crédito:

Pignoración de Subsidio: los afiliados que reciben cuota monetaria del subsidio familiar pueden adelantarlos hasta por un año, para ser utilizados en educación, salud, consumo, materiales de construcción y en los servicios propios de la Caja.

Crédito por Libranza: mediante convenio con las empresas afiliadas. Aprobación y desembolsos en forma oportuna, con plazo máximo de 24 meses (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Mecanismo De Protección Al Cesante***

Su objetivo principal es ejecutar las gestiones que contribuyan a la mitigación de los efectos del desempleo y facilitar la reinserción de la población cesante en el mercado laboral, en condiciones de dignidad, mejoramiento de calidad de vida y formalización.

Para tal fin, CAJAMAG atendiendo disposiciones del Ministerio de Trabajo ha dispuesto el Fondo de Solidaridad y Fomento al Empleo y Protección al Cesante – FOSFEC, Agencia de Empleo y capacitación, encaminados a la reinserción de la población en mención, mejorando así su calidad de vida y la de su familia (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### ***Fondo De Vivienda De Interés Social (Fovis)***

Con el propósito de mejorar la calidad de vida de los afiliados, el FOVIS interno de CAJAMAG, atiende las solicitudes de los afiliados para el otorgamiento de subsidios de vivienda, contribuyendo así a solucionar la problemática habitacional en la que viven muchas familias del departamento. CAJAMAG cuenta con tres modalidades de solución de vivienda así: vivienda propia, construcción en sitio propio y mejoramiento de vivienda (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### **Misión**

Trabajamos con sensibilidad social por el bienestar de nuestros afiliados población vulnerable y comunidad, con un talento humano comprometido en la prestación de servicios integrales subsidiados para las categorías A y B, contribuyendo al desarrollo sostenible en el Departamento del Magdalena, con un manejo eficiente de los recursos (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### **Visión**

CAJAMAG entre el año 2022 y el año 2026 en cumplimiento de su misión, continuará posicionándose en el Departamento del Magdalena, principalmente por su aporte a la educación cultura y recreación con un alto grado de responsabilidad social y sostenibilidad (CAJAMAG, Código de Buen Gobierno CAJAMAG , sf).

### **3. Información Del Trabajo Realizado**

#### **3.1 Descripción Del Área De Trabajo.**

En el área de Revisoría Fiscal de CAJAMAG, se vela por el estricto cumplimiento de las normas que rigen la organización, así como de los procesos internos que se llevan a cabo en la misma, revisando cada operación que se lleve a cabo, basándose en normas, reglamentos y leyes impuestas por la Superintendencia de Subsidio Familiar, con el objetivo de verificar que todos los movimientos de la empresa se estén llevando de forma correcta.

#### **3.2 Descripción De Las Actividades Asignadas.**

Revisión de transferencias

Revisión de presupuestos anuales

Revisión de los planes de gestiones de las diferentes sedes de la corporación

Revisión del Plan de Mejoramiento sugerido por la Superintendencia del Subsidio Familiar

Revisión de las estadísticas de cobertura

Revisión de estadísticas de subsidio

Auditoría por medio de muestreos al pago de la cuota monetaria

Auditoría de arqueo de caja

Revisión de estadísticas de nomina

## **4. Propuesta**

La Caja de Compensación Familiar del Magdalena en la ciudad de Santa Marta, específicamente su área de mercadeo requiere de nuevas ideas que optimicen de los procesos de mercadeo corporativo y activaciones, basados en la identificación de las falencias detectadas por la empresa y en la percepción de los niveles de satisfacción de los clientes y calidad en la prestación de los servicios, así como la forma de ofrecer el portafolio de servicios de CAJAMAG.

### **4.1 Nombre De La Propuesta.**

Propuesta para la implementación de nuevas estrategias para el área de mercadeo encaminadas a la obtención y fidelización de nuevos clientes.

### **4.2 Diagnóstico.**

La Caja de Compensación del Magdalena CAJAMAG, en cumplimiento de la Ley 21 de 1982 y la Ley 789 de 2002 y con la finalidad de promover la afiliación de las empresas que tengan uno o más trabajadores, considera necesario desarrollar estrategias, programas, estímulos e incentivos al equipo comercial, que permitan generar mayores ingresos económicos y mejores niveles de competitividad en el mercado regional del subsidio familiar. Dichos factores deben repercutir directamente en más y mejores beneficios para nuestros afiliados.

La Caja De Compensación Familiar Del Magdalena, cuenta con una población afiliada categorizada de acuerdo con la cantidad de salarios mínimo-ganados SMLV (salario mínimo legales vigente), como remuneración mensual de las siguientes formas: categoría A hasta 2 SMLV, categoría B excluyente hasta 4 SMLV, categoría C excluyentes desde 4 adelante, categoría D llamados particulares es decir no afiliados a la caja de consumen sus productos.

El Área de Mercadeo anualmente determina expectativas, necesidades y requisitos de los clientes con base en los resultados de las investigaciones de mercado donde identifica la necesidad de nuevos servicios y/o mejoras a realizar a los servicios ya existentes.

#### **4.3 Planteamiento O Identificación Del Problema**

En el mundo competitivo y dinámico en que nos encontramos cada vez se hace más necesario que en todo proceso de mercadeo que haya avances, nuevas ideas y estrategias para lograr estar a la vanguardia del mercado local. Es por ello por lo que cada vez más se le apuesta al área de mercadeo de una empresa, se le debe apostar a la investigación de mercado, de conocer cuáles es el cliente potencial al cual dirigirse y de ahí en adelante trazar una estrategia con el servicio o producto a ofrecer que sea competitiva y llamativa para el mercado.

En este orden de ideas los directores de la Caja de Compensación Familiar del Magdalena deben contar con información actual y exacta sobre los mercados a los que intenta llegar, sobre todo los servicios que influye en el comercio y en particular los procesos generadores de servicio que se está volviendo cada vez más costosos.

Al efecto, las empresas para colocarse a tono con estos procesos deben realizar nuevas planeaciones y estrategias de los recursos y del trabajo. Con la finalidad de actualizarse y optimizarse técnica y tecnológicamente.

Esta propuesta tiene como objetivo general, diseñar e implementar nuevas estrategias de mercadeo enmarcadas en tres elementos fundamentales.

- Estrategias comerciales (canales de comercialización/distribución)
- Formalizar el Manual de funciones de todo el área de mercadeo.

- Diferenciar las unidades de negocio, creando un plan de mercado diferenciado a cada unidad.

## **5. Justificación**

La naturaleza de toda Caja de Compensación Familiar es promover la afiliación de la mayor cantidad de empresas (clientes) para obtener mayores beneficios económicos, si bien su naturaleza jurídica se basa en derecho privado sin ánimo de lucro, debe haber una contraprestación para poder generar un servicio de calidad, es por ello por lo que se deben en gran parte a su área de Mercadeo, pues esta es la que logra atraer y matener clientes.

El administrar recursos para transformarlos en prestaciones sociales se hace cada vez más tedioso a la hora de mantener una relación de fidelización con el cliente, ya que el beneficiario de estos subsidios sociales no es directamente el cliente si no sus empleados, esto hace que a la hora de fidelizar los nuevos clientes se haga complejo la situación, para ello se necesita un grupo de trabajo en caminado a satisfacer las necesidades del mercado, implementando mejoras en las estrategias de obtención y fidelización de nuevos clientes, es por ello que se debe categorizar y formalizar el equipo de trabajo, esto hace que la operación sea más robusta y esté encaminada al cumplimiento de los objetivos trazados.

Desde él área de revisoria fiscal se ha evidenciado falencias en la obtención y fidelización de los clientes de CAJAMAG, es por ello que nace la necesidad de proponer una serie de estrategias encaminadas a mejorar los procesos de obtención y fidelización de los clientes así como de la creación de planes de mercado para cada uno de los servicios que ofrece CAJAMAG, si bien hoy se tiene un portafolio de productos, se debe tener en cuenta la dinámica actual del mercado local, de cómo está distribuido el mercado y cuál es nuestro alcance para brindar y satisfacer las necesidades de los afiliados. Los productos o servicios que se ofrecen deben ser

ofrecidos de manera adecuada, pues se debe tener en cuenta que lo que se está ofreciendo son servicios sociales.

Las estrategias propuestas se le hacen directamente al área de mercadeo, son estrategias que van encaminadas a la obtención de nuevos clientes, a mejorar los procesos internos en el área de mercadeo y ofrecer de manera adecuada los productos y servicios que ofrece CAJAMAG.

## **6. Objetivo General**

Diseñar una propuesta para la implementación de nuevas estrategias para el área de mercadeo encaminadas a la obtención y fidelización de nuevos clientes.

### **6.1 Objetivos Específicos**

- Sugerir nuevas estrategias para el Canal de Promociones y Servicios del Área de Mercadeo de CAJAMAG.
- Sugerir la formalización del manual de funciones de todo el Área de Mercadeo de CAJAMAG.
- Sugerir la creación de planes de mercado dirigidos a cada unidad de negocio que oferta el Área de Mercadeo de CAJAMAG.

## **7. Referentes Teóricos**

Teniendo en cuenta la naturaleza o razón de ser de estas las Cajas de Compensación Familiar, los productos y servicios deben ir encaminados a brindar bienestar social a sus usuarios y sus familias y estos se dan a través de los subsidios, programas y servicios, bien sean en dinero, cuotas monetarias, vivienda, incentivos educativos en especie y servicios vacacionales y de recreación, finanzas y programas de adulto mayor.



Pero ¿qué es el mercado? según el libro “Marketing” un mercado es ese conjunto de compradores reales y potenciales dispuestos a obtener un bien o servicio, es decir que existen compradores con necesidades o deseos hacia algún producto y que se puede satisfacer a través de una relación de intercambio. (Kotler & Armstrong, 2013)

Pero cuál es el mercado de las cajas de compensación familiar, debido a las reglamentaciones puestas por el Gobierno Nacional sólo puede funcionar una Caja de Compensación Familiar por Región(departamento), teniendo en cuenta esto, el mercado potencial son todas aquellas PYME que se están creando en la región, por lo tanto podemos decir que es un mercado dinámico y que se encuentra en constante cambio, sin embargo no hay que bajar la guardia con las empresas antiguas, pues estas son las que tienen un gran flujo de trabajadores y en este negocio eso representa más mercado.

Para poder entrar a participar en ese mercado, se debe tener una estrategia clara de mercadeo, que nos lleve a ofertar lo que se demande y salir victoriosos en el proceso. El plan de mercado es tan importante para cualquier servicio o producto, pues este es la hoja de ruta que deben seguir las organizaciones para llevar a cabo los objetivos trazados, hoy en día se hace mucho uso de la tecnología para implementar estrategias de marketing en un plan de mercadeo, sin embargo, no deja de ser indispensable las estrategias sociales y mas cuando se habla de productos o servicio destinados al bienestar social. (Andrade, 2016)

En un mundo tan variable como en el de hoy, debemos ser dinámicos y seguir los cambios y tendencias que nos bringa la tecnología es por ello que debemos permanecer en constante cambio y mejoras, se debe cambiar o mejorar la estrategia cuando no esté funcionando, cada que nos cambiamos de metas y objetivos debemos tener claro que no podemos continuar con la misma estrategia o el mismo plan de mercadeo, debido a que este iba orientado hacia otros

objetivos, por ende para lograr los nuevos debemos ajustar nuestro plan de mercadeo, es por ello que se recomienda ir la velocidad de la tecnología, debido a quedarse enfocados en el hoy no servirá para el mañana, si a diario estamos actualizando el enfoque de nuestro plan y vamos de la mano con las tendencias del mercado, de seguro que mantendremos fidelizados y abarcaremos una gran parte de nuestro mercado potencial. (Kutchera, Garcia, & Fernandez, 2014)

A continuación, se describirán algunos términos que tienen una fuerte relación con el presente trabajo que van en camino a una mejor comprensión de este.

**Estrategia:** Es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos. Es decir, la estrategia es un plan mediante el cual se busca lograr una meta. Esto puede ser aplicado en diversos ámbitos como el militar o el empresarial (Westreicher, 2020).

**Fidelización:** La fidelización es un mecanismo básico para cualquier empresa, se trata del concepto con el que se hace referencia al método por el que se logra que un cliente que ya haya contado antes con los servicios de una empresa o con sus productos, vuelva a hacerlo y recurra a ella en más ocasiones. Es uno de los elementos más básicos a la hora de mejorar la rentabilidad de un negocio (Fidelización, 2020).

**Promoción:** Según Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", la promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados" (Thompson, 2005)

**Bienestar Social:** Es la satisfacción conjunta de una serie de necesidades, que responden a la calidad de vida del ser humano en sociedad. El bienestar social es una condición lograda. Esta condición se expresa en varios aspectos de la vida del ser humano en convivencia social. Estos aspectos de la vida

social son recogidos evaluando el nivel logrado en la satisfacción de las necesidades sociales fundamentales. Por tanto, el bienestar social se expresa a través de los siguientes niveles: salud, educación, vivienda, bienes de consumo, desarrollo urbano, seguridad y en todos los aspectos relacionados con el medio ambiente (Fortun, 2019).

Competitividad: Se define como la capacidad de una entidad u organización con o sin fines de lucro para competir. En el ámbito económico la competitividad juega un rol fundamental en empresas y países, definiendo así la aptitud de cada uno para poder mantenerse en el mercado. Las ventajas comparativas influyen de forma determinante ya que las mismas proporcionarán el alcance, sostenimiento y mejoramiento en cuanto a la posición socioeconómica en que se encuentre (Equipo Editorial, 2021).

## **8. Plan De Acción**

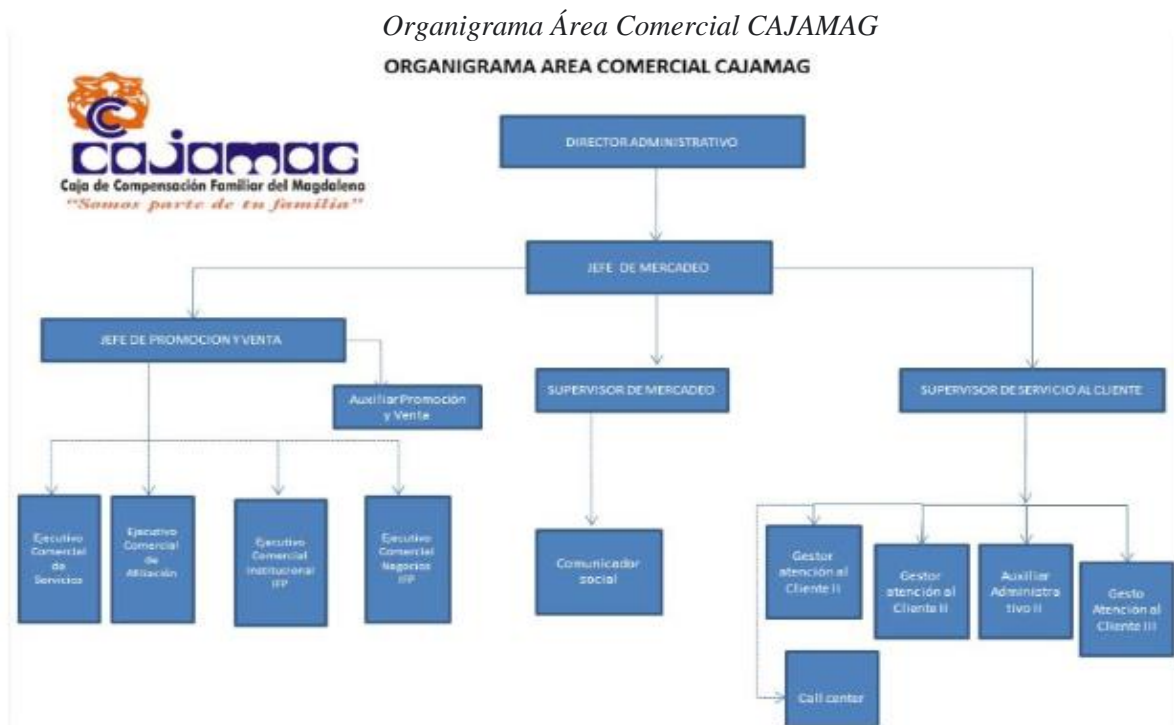
Apoyo al canal de promoción y servicios;

- Lanzamiento a nivel interno del canal de promoción servicios, informando sus alcances y metas efectivas a sostener.
- Solicitar para cada uno de los asesores un sistema portátil de información, tipo Lap-top, Note Book o palm, que este acorde a los presupuestos establecidos, de tal forma que puedan llevar en línea la información, a los clientes.
- Dotar de los siguientes elementos de mercadeo como herramienta de Software: Portafolio multimedia virtual video corporativo Desarrollar un Guion CRM (aplicativo CAJAMAG) Simulador financiero de créditos Tarifario Simulador de encendido de remanente.
- Plan de visitas de jefe comercial, a las ciudades del país en donde los clientes tienen sedes como apoyo al cierre de promoción servicios de empresas.
- Capacitación de la fuerza de ventas, en métodos de ventas y mercadeo basados en SPIN.

## Principales Estrategias

- Implementar y consolidar el área de mercadeo, a nivel de todos los clientes externos e internos.
- La caja de compensación debe consolidar el staff general de mercadeo según gráfico.

Figura 2



Fuentes; Sistema de Gestión de la Calidad Estrategia de Mercadeo IFP (Badillo, 2012).

- Desarrollar los siguientes documentos; Manuales de funciones; deben desarrollarse las funciones para cada uno de los cargos del organigrama anteriormente propuesto.
  - Procesos del Área.
  - Proceso de Ventas.
  - Proceso de Gestión de Afiliaciones.

- Proceso de Mantenimiento de Empresas.
- Proceso de Comunicaciones.

Así entonces, se procederá a comunicar a todos los miembros de la organización CAJAMAG, el alcance, organigrama y funciones del departamento de Mercadeo en cabeza del director administrativo.

- Desarrollar planes de mercadeo individuales para cada una de las unidades de negocio.
- Las siguientes son las áreas funcionales a las que se les debe hacer un plan de mercadeo por área:

- Salud y nutrición
- Educación formal Educación para el trabajo y desarrollo
- Biblioteca
- Vivienda
- Cultura
- Deportes
- Recreación (Teyuna)
- Turismo
- Crédito social.

- Posicionar la marca el Informativo CAJAMAG como una revista institucional. El boletín Informativo CAJAMAG será rediseñado en todo su contexto, transformándolo en una revista institucional, totalmente limpia y descargada enriquecida de imágenes, ya que será el elemento que liderará el contacto entre la Caja de compensación y la población en general, en especial las empresas y trabajadores afiliados.

El concepto de fondo a manejar será comunicar todos los servicios y productos que ofrece la caja, aprovechando, una lectura fácil y rápida con imágenes que generen alto impacto y una carga fuerte de pasión, aprovechando las fechas comerciales que generan el comercio general.

- Renovación y desarrollo de imagen corporativa;

Teniendo como base la iniciativa del director Administrativo en crear una campaña por el respeto, la preservación de la sierra, los valores culturales y arqueológicos autóctonos de nuestra región, representados en la cultura Tayrona y sus actuales descendientes que habitan en la Sierra Nevada, y Evocado la unión familiar que es la base de la filosofía del subsidio familiar en el imagosimbolo.

Se propone renovar y desarrollar la imagen corporativa de CAJAMAG teniendo en cuenta que el patrimonio cultural es un elemento central en la identidad de la Caja.

## **8.1 Plan Promocional**

### *Actividades Promocionales*

Es un proceso mediante el cual se busca la penetración de un mercado específico y/o aumento en volumen de ventas, su duración no debe superar los 15 días, la planeación de esta actividad debe ser con un mes de anticipación, la periodicidad no deberá superar una por mes, y se deberán costear a través del modelo adjunto propuesto.

## **9. Resultados Obtenidos**

De la propuesta anterior y teniendo en cuenta que aún no han sido implementado las estrategias propuestas, se espera obtener los siguientes resultados:

- Incrementar la cantidad actual de clientes con los que cuenta CAJAMAG.
- Establecer el manual de funciones y operatividad de toda el Área de Mercadeo de CAJAMAG.
- Diseñar un plan de mercado que esté dirigido a cada unidad de negocio que ofrece el área de mercadeo de CAJAMAG.

## **10. Autoevaluación**

Desde mi perspectiva como estudiante a lo largo de la carrera y de los conocimientos adquiridos pude evidenciar que el programa de economía que dicta la Universidad del Magdalena, es muy diverso en cuanto a las áreas o ramas que nos brinda a los estudiantes desarrollar a lo largo de la carrera, es decir podemos fácilmente encajar en cualquier área del mercado laboral ya que hemos desarrollado competencias para ello, desde mi práctica profesional en el área de revisoría fiscal he desempeñado diferentes funciones donde he podido aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera, tanto así que hoy cumplo con funciones que anteriormente eran propias de los Contadores y no limita el hecho de ser un practicante de Economía.

## **11. Recomendaciones Generales**

Para el área de mercadeo se recomienda hacer un presupuesto de sus costos y gastos, para de esta manera tener una mejor conciencia sobre cómo se están efectuando y al tener mayor control de estos se pueden establecer mejores estrategias que sigan brindando beneficios a los

usuarios para seguir satisfaciendo sus necesidades y garantizar que se le brinden todos los beneficios posibles a los que tienen derecho.

Por otro lado, también se recomienda que se estipule internamente en el área un cronograma en el que periódicamente se haga una autoevaluación de los procesos llevados a cabo y al obtener los resultados de esta, identificar si se cumplieron con las metas establecidas y si no, elaborar un plan de acción que mitigue lo mas pronto posible, las falencias identificadas para mejorar los resultados menos favorables.

## **12. Conclusiones**

En conclusión, desde la Oficina de Revisoria Fiscal se pudo evidenciar las falencias que tiene el área de mercadeo, ya que esta tiene como función revisar todos los movimientos contables de La Caja, el principal es la de los recursos que ingresan por parte de los clientes. Es por ello que desde esta perspectiva se propone diseñar nuevas estrategias para la obtención de mejores resultados para la empresa.

Es por ello que en esta propuesta se sugieren realizar una serie de actividades encaminadas al área de mercadeo, ya que esta es la encargada de la obtención y fidelización de los clientes, de ofrecer los servicios y productos para los afiliados y sus familias y de mantener a CAJAMAG a la vanguardia del mercado local, como futuro profesional en economía y desarrollando los conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera, pude evidenciar las falencias y diseñar unas estrategias que se pueden incorporando para así mejorar los procesos y lograr los objetivos trazado en el Plan de Mercadeo actual.



Se espera que, al finalizar la Práctica Profesional, el área de mercadeo implemente los plasmado en este trabajo y se puedan fortalecer los procesos que lleva esta oficina y al cumplimiento de los Objetivos de CAJAMAG.

### 13. Bibliografía

- Andrade, D. (2016). Estrategías de Marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista EAN*.
- Badillo, T. (2012). *Estrategia de Mercadeo*. Santa Marta: Cajamag.
- CAJAMAG. (sf de sf de sf). *Cajamag* . Obtenido de <https://www.cajamag.com.co/nosotros/>
- CAJAMAG. (sf). *Codigo de Buen Gobierno CAJAMAG* . Santa Marta: Cajamag.
- Equipo Editorial, E. (5 de Agosto de 2021). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/competitividad/#ixzz7iOelpIMT>
- Fidelización. (27 de Agosto de 2020). *NeoAttack*. Obtenido de <https://neoattack.com/neowiki/fidelizacion/>
- Fortun, M. (02 de Noviembre de 2019). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/bienestar-social.html>
- HENAO, M. L. (2001). *Informe revisado de la consultoria para la focalización, cobertura y efectividad de la Red de protección Social en Colombia* . Bogota : FEDESARROLLO .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Ciuda de Mexico : Pearson Educación .
- Kutchera, j., Garcia, H., & Fernandez, A. (2014). *Su Estrategia de Marketing Digital en 5 Pasos* . Mexico: Grupo Editorial Patria.
- McCarthy, J., & Perreault, W. (1996). *Marketing: planeación estrategica, de la teoria a la practica* . Mexico .
- Thompson, I. (Diciembre de 2005). *PromonegocioS.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>
- Westreicher, G. (6 de Agosto de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>