



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

OPTIMIZACIÓN DE LA ACTUALIZACIÓN DE DATOS DE LOS CLIENTES EN EL
ÁREA DE FIDELIDAD CENCOSUD COLOMBIA

EMPRESA: CENCOSUD COLOMBIA

ANDRÉS SANTIAGO HERNÁNDEZ TABORDA

BOGOTÁ, COLOMBIA

Resumen

En el presente documento se presenta el informe final de las prácticas profesionales realizadas en la empresa Cencosud Colombia, desempeñándome en el cargo de practicante de Fidelidad. En primer lugar, se ofrece una descripción detallada de la empresa a nivel internacional y nacional, seguida por una explicación específica del área en la cual se llevaron a cabo las funciones. Posteriormente, se expone una propuesta de mejora para el área de Fidelidad, abordando las causas identificadas de la problemática encontrada en relación a la actualización de datos de los clientes inscritos en el programa de Fidelización "Puntos Cencosud".

La propuesta se centra en la implementación de canales físicos y digitales para llevar a cabo los procesos de actualización de datos, junto con un modelo de seguimiento y control de los rechazos de los formularios físicos enviados por las tiendas. Este enfoque tiene como objetivo principal la reducción de los rechazos por parte del proveedor encargado de la digitación.

AGRADECIMIENTOS

Querida familia, estimados docentes y respetados compañeros:

Deseo expresar mi profundo agradecimiento por el apoyo incondicional que cada uno de ustedes me ha brindado. A mi querida familia, les agradezco por ser mi soporte emocional y fuente constante de inspiración. Sus palabras de aliento y sacrificios han sido el motor que me impulsa a alcanzar mis metas.

A mis respetados docentes, les debo un reconocimiento especial por su dedicación y orientación a lo largo de este proceso. Su experiencia y sabiduría compartida han enriquecido enormemente mi proyecto y mi formación académica en general. Agradezco sinceramente su tiempo, paciencia y compromiso con mi desarrollo académico y profesional.

A mis compañeros de clase y a los profesionales en Cencosud, la empresa donde realicé mis prácticas, les agradezco por enriquecer mi experiencia con su colaboración y apoyo. A través de nuestras interacciones, he aprendido lecciones valiosas que han contribuido significativamente al éxito de mi proyecto y a mi crecimiento personal y profesional.

INTRODUCCIÓN

Cencosud Colombia es una empresa líder en el sector del Retail, se destaca por su presencia en múltiples países de América Latina, incluyendo Colombia, donde opera con diversas líneas de negocio, entre ellas supermercados, mejoramiento del hogar y centros comerciales, la práctica profesional se realizó específicamente en el área de Lealtad y Experiencia, durante mi desempeño como practicante de fidelidad.

Durante mi periodo de prácticas, identifiqué una oportunidad de mejora en los procesos de actualización de datos de los clientes en el programa de fidelidad "Puntos Cencosud". Esta deficiencia ha generado problemas que afectan la experiencia del cliente y los ingresos de la empresa.

En respuesta, se propuso una estrategia de mejora que incluye la implementación de canales digitales y físicos para facilitar la actualización de datos y un monitoreo continuo a través de tableros de control en Power BI. Este informe busca contribuir al crecimiento y desarrollo de Cencosud, garantizando una gestión eficiente de datos y una experiencia positiva para los clientes.

Tabla de contenido

RESUMEN	2
AGRADECIMIENTOS	3
INTRODUCCIÓN	4
SECCIÓN I	6
ASPECTOS GENERALES.....	7
MISIÓN.....	8
VISIÓN	8
VALORES.....	9
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	9
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	10
DEPARTAMENTO DONDE SE REALIZA LA PRÁCTICA	11
ANÁLISIS DOFA	12
SECCIÓN II.....	13
PLANTEAMIENTO CENTRAL DE LA INFORME DE PRÁCTICA	13
IMPORTANCIA, LIMITACIONES Y ALCANCES DE LA PRÁCTICA	
PROFESIONAL	16
OBJETIVO GENERAL	17
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	17
SECCIÓN III	18
PROPUESTA DE MEJORA.....	18

DISEÑO DE LA PROPUESTA DE LA MEJORA	19
CONCLUSIONES	24
BIBLIOGRAFIA.....	25
SEGUIMIENTO PRACTICA	
PROFESIONAL.....	26

Aspectos Generales.

Centros Comerciales Sudamericanos S.A.- Cencosud Colombia S.A.

Cencosud S.A. es una empresa presente en cinco países de América Latina, incluyendo Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia. También tiene presencia en Estados Unidos, China y Uruguay, donde cuenta con un Hub tecnológico, digital y de innovación. La empresa opera en distintas líneas de negocios, como supermercados, mejoramiento del hogar, tiendas por departamento, centros comerciales y servicios financieros. Su negocio principal es el de supermercados. Además, Cencosud S.A. se ha convertido en una de las empresas más diversificadas del Cono Sur gracias a su estrategia multiformato. (Cencosud, s/f)

En el año 2012, Cencosud adquirió Carrefour en Colombia con el objetivo de desarrollar supermercados. Desde entonces, Cencosud ha experimentado un crecimiento significativo en el mercado colombiano y actualmente cuenta con 4 líneas de negocio. (Cencosud, s/f)

La primera y más reconocida es la de supermercados, que incluye a Jumbo con 42 tiendas en todo el territorio colombiano, Metro con 37 tiendas y Spid con 13 tiendas. (Cencosud, s/f)

La segunda línea de negocio es el mejoramiento del hogar, que incluye Easy con 16 tiendas en Colombia.

La tercera línea de negocio es la de centros comerciales, en la que Cencosud cuenta con 4 centros comerciales en el territorio colombiano.

Por último, Cencosud tiene una línea de negocio de servicios financieros, donde su principal producto es la tarjeta Cencosud, que ofrece opciones financieras a los clientes.
(Cencosud, s/f)

Misión, Visión Y Valores

Visión:

"Ser reconocidos como la compañía de Retail Financiero que entrega la mejor experiencia a sus clientes en Latinoamérica convirtiéndose en un apoyo estratégico para lograr los objetivos del retail alcanzando una alta rentabilidad con una mirada global de Cencosud S.A.S". (Cencosud, s/f)

Misión:

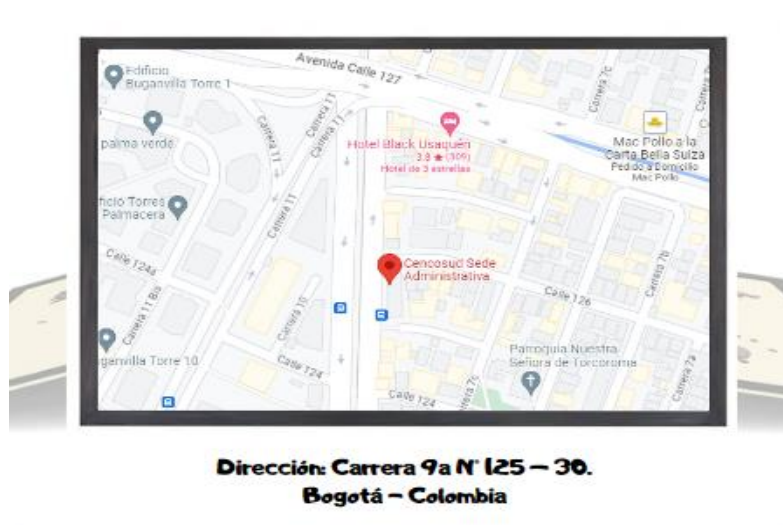
"Trabajar, día a día, para llegar a ser el retailer más rentable y prestigioso de América Latina, en base a la excelencia en nuestra calidad del servicio, el respeto a las comunidades con las que convivimos y el compromiso de nuestro equipo de colaboradores". (Cencosud, s/f)

Valores:

"Ser el retailer más rentable y prestigioso de América Latina, en base a la excelencia

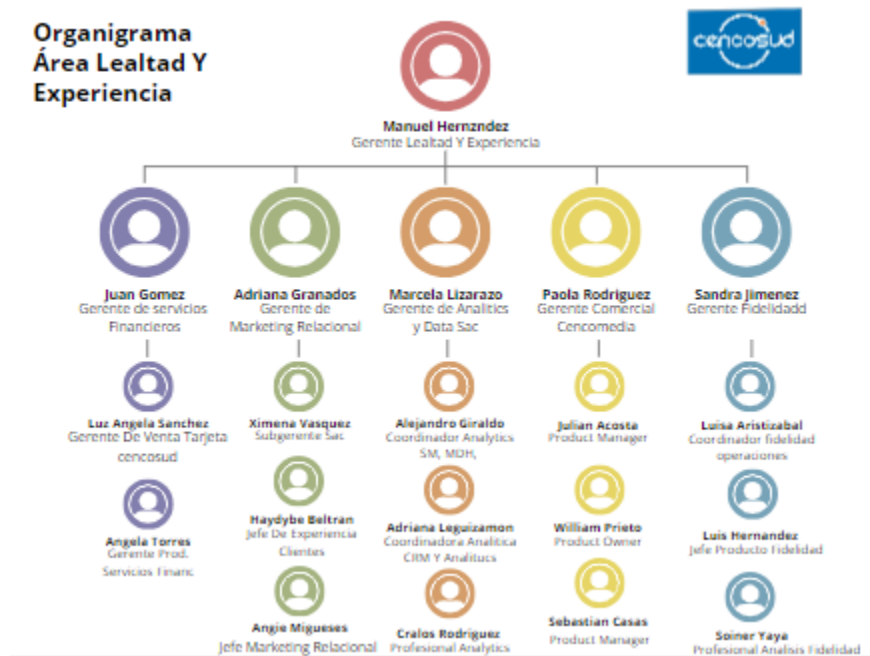
en nuestra calidad de servicio, el respeto a las comunidades con las que convivimos y del compromiso de nuestro equipo de colaboradores con los pilares básicos de nuestra Compañía: visión, desafío, emprendimiento y perseverancia". (Cencosud, s/f)

Ubicación Geográfica

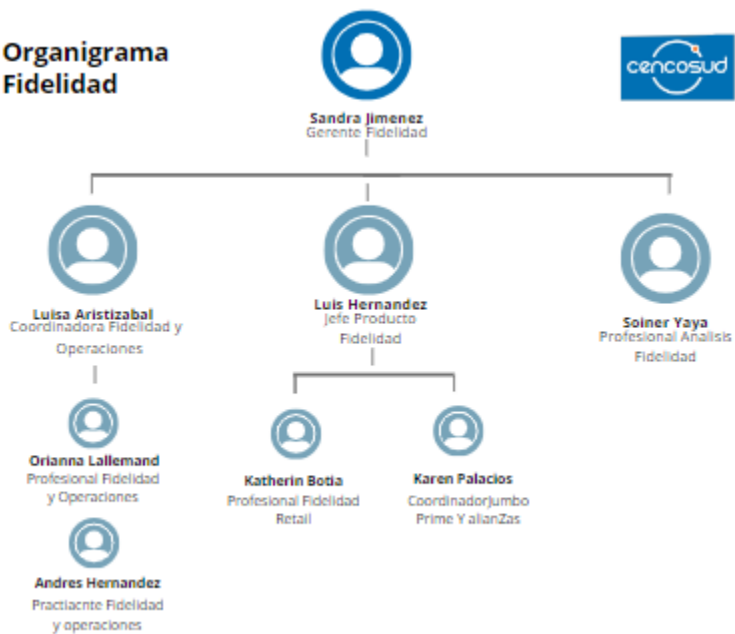


Fuente: Elaboración propia

Estructura Organizativa



Organigrama Fidelidad

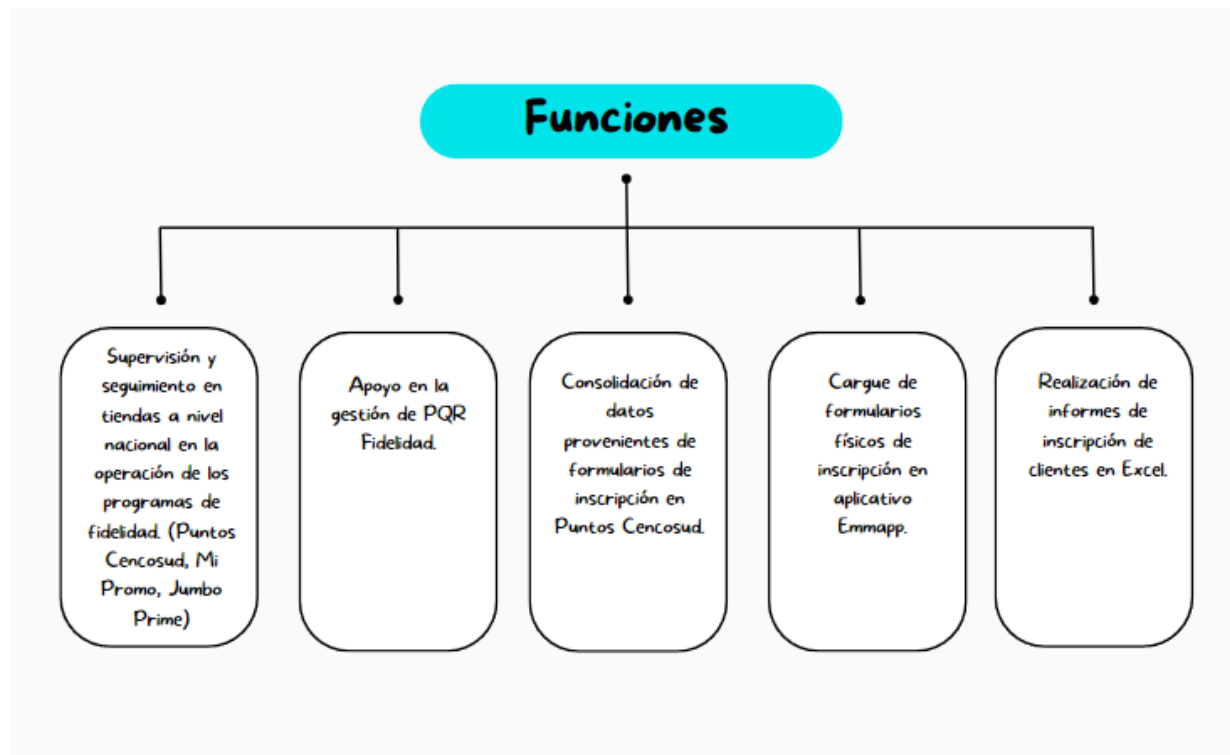


Fuente: Elaboración propia

Unidad o Departamento en el que se Desarrolla la Practica

La práctica profesional se desarrolló en el Área de Lealtad Y experiencias, puntualmente en el área de Fidelidad y operaciones bajo el cargo de Practicante de Fidelidad”

Las actividades propuestas en Cencosud S.A para el cargo de practicante de fidelidad en el área de Lealtad y Experiencia dentro del periodo de la práctica profesional se exponen a continuación:



Fuente: Elaboración propia

Análisis DOFA



Fuente: Elaboración propia

Sección II. Planteamiento Del Plan De Mejora

Planteamiento Central Del Informe De Prácticas Profesionales.

Durante mi tiempo como practicante de fidelidad, pude identificar un problema que está afectando al área, y es la deficiencia en los procesos de actualización de datos de los clientes. Existe un gran volumen de información con errores en las bases de datos de los clientes registrados en el programa de Fidelidad "Puntos Cencosud", que es el programa principal utilizado en Colombia.

En las tareas realizadas diariamente se identificó que la falta de datos actualizados le causa diferentes problemas a la empresa, estos se pueden clasificar en los siguientes aspectos:

Pérdida de ingresos

La actualización de los datos de contacto de los clientes, como números de teléfono y correos electrónicos, es crucial para Cencosud. Si los datos de contacto no están actualizados, la comunicación efectiva con los clientes se ve obstaculizada. Esta falta de comunicación impide que la empresa envíe información relevante sobre promociones, ofertas y beneficios. Como consecuencia, se corre el riesgo de que los clientes dejen de comprar en la compañía y se pierdan valiosas oportunidades de ventas e ingresos

Experiencia deficiente del cliente

Una base de datos desactualizada puede causar frustración significativa a los clientes durante las transacciones relacionadas con los programas de fidelización. Este problema se manifiesta claramente en casos como la redención de puntos, que representa un beneficio crucial para los clientes. La redención de puntos les permite canjear sus puntos acumulados por dinero en compras, ofertas especiales o bonos con empresas asociadas a Cencosud. La falta de actualización de la base de datos conduce a una experiencia negativa para los clientes, impactando su lealtad y satisfacción. Además, esta situación también afecta negativamente los futuros gastos de los clientes en la empresa, como se ha observado en estudios de comportamiento del consumidor (Smith et al., 2018).

Mayor inversión requerida

La actualización de datos de los clientes requiere la implementación de campañas específicas, lo que implica una mayor inversión en términos de costos operativos para las empresas minoristas. Dado que Cencosud tiene 106 tiendas en todo el país, los costos operativos podrían incluir gastos como salarios del personal involucrado en las campañas, materiales promocionales, software de gestión de datos, costos de comunicación (como llamadas telefónicas, mensajes de texto o correos electrónicos), entre otros.

Además, durante la práctica profesional, se han presentado varios casos en los cuales los clientes han experimentado una confusión al encontrar que sus datos de contacto estaban asociados a cuentas de otros clientes debido a errores internos de la empresa. Esta situación ha llevado a que los clientes presenten dichos casos a la Superintendencia de Industria y Comercio. En Colombia, esta problemática podría acarrear problemas legales en términos de protección de datos y cumplimiento de regulaciones. Algunos de los posibles impactos

legales incluyen el incumplimiento de la ley de protección de datos personales, la violación de la privacidad de los clientes, y el riesgo de enfrentar reclamaciones y demandas legales. Es fundamental corregir esta situación para evitar problemas legales y asegurar el manejo correcto de los datos de los clientes. (Ley 1581 de 2012 - Gestor Normativo, s/f)

Considerando lo mencionado anteriormente, en el desarrollo de las actividades diarias en el cargo de practicante surge la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los medios y mecanismos que se pueden implementar para optimizar y facilitar la actualización de los datos de los clientes registrados en el Programa de Puntos Cencosud? La hipótesis de esta pregunta plantea la implementación de canales digitales para la actualización de los datos de los clientes en tiendas físicas y en la web, así como el desarrollo de estrategias para que las tiendas de las diferentes banderas puedan conocer cómo acceder a los datos registrados de los clientes y puedan realizar modificaciones en tiempo real.

Importancia de limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.

La importancia del desarrollo de este planteamiento será el determinar las dificultades que tiene el área de fidelidad de Cencosud en cuanto la actualización de datos de los clientes y así postular una posible mejora que ayude a la empresa a mejorar la toma de decisiones basadas en datos reales y actualizados, mejorar la atención al cliente e ir de la mano con el cumplimiento normativo.

Las limitaciones que pueden surgir están relacionadas con los mecanismos y estrategias utilizados para que los clientes accedan a los recursos de actualización de datos. En muchos casos, estas actualizaciones se realizan a través de formularios físicos, lo cual puede generar errores en los datos registrados en las bases de datos. Por otro lado, el amplio volumen de datos manejados por la empresa puede ocasionar retrasos en los procesos de actualización, ya que se pueden encontrar numerosos errores diversos.

El alcance de esta propuesta es desarrollar estrategias que permitan al área de fidelización mejorar la actualización de los datos de los clientes registrados en el programa de puntos Cencosud. Para lograr esto, se llevará a cabo un análisis de las actividades involucradas en este proceso, así como la formulación de acciones específicas que se ajusten a los distintos segmentos de clientes que maneja la empresa. De esta manera, se busca optimizar la gestión de la información de los clientes y ofrecerles una experiencia más personalizada.

Objetivo general del informe

Desarrollar un método que permita una mejora en el área de fidelidad de Cencosud por medio de la optimización en la actualización y recolección de datos de la información de los clientes inscritos al programa de fidelización “Puntos Cencosud.”

2.3.1 Objetivo específicos

- Analizar los procesos internos y externos relacionados con la actualización de datos, con el fin de identificar los posibles problemas que surgen en las actividades asociadas a esta tarea.

- Optimizar los procesos de actualización de datos de los clientes, implementando métodos que permitan a los clientes realizar estas actualizaciones de manera rápida y sencilla.

- Mejorar la calidad de los datos en la base de clientes de Puntos Cencosud, mediante la implementación de controles y validaciones que aseguren la precisión y completitud de la información ingresada

Sección III. Contenido Plan De Mejora

Propuesta De Mejora

En el periodo de 6 meses en el que se realizó la práctica profesional se encontraron los siguientes aspectos a mejorar:

PROBLEMA	DETALLE DEL PROBLEMA	SOLUCION
Falta de un sistema en línea eficiente que habilite a los clientes actualizar sus datos en tiempo real.	En la práctica profesional, el programa de Puntos Cencosud carecía de una plataforma de fácil acceso para que los clientes pudieran actualizar sus datos registrados. En la página de Puntos, la opción de actualización requiere iniciar sesión con el correo registrado, lo que impide a muchos clientes acceder, ya que no tienen acceso al correo registrado. Por lo tanto, la actualización autónoma por parte de los clientes no es factible en gran medida.	Una solución para abordar la falta de un sistema en línea que permita la actualización de datos de los clientes en tiempo real sería implementar un sistema de gestión de clientes basado en la nube. Este sistema podría permitir a los clientes acceder a sus perfiles en línea y actualizar su información personal de forma rápida y sencilla. Además, el personal interno también podría acceder a esta plataforma para verificar y actualizar los datos de los clientes cuando sea necesario.
Deficiencias en la recolección y digitación de datos de los clientes a través de los formularios físicos de inscripción.	Se identificó un problema donde al descargar los archivos de los formularios físicos enviados por las tiendas, estos no cumplían con los requisitos necesarios para ser aceptados y cargados por el proveedor encargado de la digitación. Esto se debió a una mala gestión por parte de los encargados de inscripciones al cliente en las tiendas y al desconocimiento de los requisitos establecidos. Además, en algunos casos, los datos de los clientes quedaban registrados en cuentas diferentes, lo que evidenciaba inconsistencias en la carga de formularios físicos por parte del proveedor.	Para garantizar el envío correcto de los formularios por parte de las tiendas, se pueden implementar las siguientes soluciones: • Verificación antes del envío: Implementar una revisión de los formularios por parte de supervisores para asegurar su completitud y precisión. • Capacitación del personal: Proporcionar formación regular sobre la importancia de completar correctamente los formularios. • Procedimientos claros: Establecer pautas claras sobre cómo completar y enviar los formularios, incluyendo plazos y responsabilidades.
Fallas en los procesos de redención de Puntos	Este problema surge porque muchos clientes no tienen actualizado su número de celular. Al momento de realizar la redención de puntos en las cajas, no reciben el código necesario para completar la redención. Lo mismo sucede al canjear puntos por bonos en alianzas como restaurantes, donde los clientes no reciben los códigos para canjear los bonos. Por esta razón, son los encargados de tienda quienes acuden al área correspondiente para solucionar el problema en nombre del cliente, ya que las tiendas no tienen acceso para verificar esta información.	Una solución sería implementar un sistema que permita a los clientes actualizar fácilmente su información de contacto, como el número de celular, para asegurar que reciban los códigos necesarios durante la redención de puntos o canje de bonos. Además, se podría otorgar acceso a las tiendas para que puedan verificar la información de los códigos y así resolver los problemas de manera más eficiente.

Fuente: Elaboración propia

Diseño De La Propuesta De Mejora Para La Empresa Cencosud

Después de la minuciosa evaluación de los objetivos establecidos en el marco del plan de mejora para el área de Fidelidad, se ha llevado a cabo una exhaustiva investigación, centrada en los medios disponibles para los clientes fidelizados en el programa de Puntos Cencosud. Esta investigación ha revelado los principales puntos de quiebre que están impactando negativamente en el desarrollo del programa. Este análisis se fundamentó en la resolución e identificación de los casos de PQR (Preguntas, Quejas y Reclamos) recibidos semanalmente, lo que permitió discernir los comportamientos de los clientes y las acciones que estos llevan a cabo tanto en las tiendas físicas como en la página web de Puntos Cencosud. Además, a través de experimentaciones basadas en el rol de usuario/cliente registrado en el programa de puntos, se ha identificado con precisión las áreas de oportunidad para mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos internos relacionados con la gestión de los datos de los clientes.

Se ha observado que los clientes que necesitan actualizar sus datos suelen optar por enviar formularios físicos desde la tienda, ya que la opción de hacerlo a través de la página de puntos es poco común. Sin embargo, este proceso presenta demoras significativas, ya que las actualizaciones pueden tardar entre 4 a 5 días en registrarse una vez que los formularios llegan al correo designado para recibirlos. Además, es frecuente que las tiendas acumulen varios formularios antes de enviarlos en un solo correo, lo que ocasiona que los clientes deban esperar una semana o incluso más para que se efectúe la actualización

correspondiente. Por esto se plantea que es necesario implementar los medios para que el cliente pueda realizar la actualización de los datos a través de la web y en tiendas físicas.

Medios de actualización – Canal Web:

Teniendo en cuenta las razones mencionadas anteriormente, se ha desarrollado un prototipo de una Landing Page accesible para los clientes, a través de la cual podrán actualizar sus datos de manera rápida y conveniente. Esta herramienta permitirá a los usuarios ingresar a la plataforma web y realizar las modificaciones necesarias en sus perfiles de forma ágil y sencilla. La información actualizada será transmitida de inmediato a las bases de datos registradas en el sistema de Fidelidad de Cencosud, asegurando que los cambios se reflejen en tiempo real. Este proceso garantiza una actualización casi instantánea de los datos del cliente, eliminando así las demoras y los inconvenientes asociados con los métodos tradicionales de actualización.

Este prototipo, diseñado y editado en la aplicación Canva, representa una extensión innovadora de la landing page actual del Programa de Puntos Cencosud. Mientras que la landing page existente está destinada exclusivamente al registro de nuevos clientes, este nuevo diseño ofrece una solución para los clientes antiguos ya fidelizados en el programa. La falta de claridad respecto a la funcionalidad de la landing page original llevó a muchos clientes a asumir erróneamente que podrían actualizar sus datos en dicho sitio, lo que resultaba en frustración cuando descubrían que no era posible. Con esta nueva landing page, se eliminan estos inconvenientes al proporcionar una opción clara y autónoma para que los

clientes antiguos actualicen sus datos de manera eficiente y sin problemas.

Imagen 1: Prototipo de landing page.



Fuente: (*Puntos cencosud*, s/f)

Medios de actualización – Canal Físico:

Para abordar la necesidad de gestionar los requerimientos y formularios de actualización de datos provenientes de las tiendas de manera más eficiente, se ha propuesto la implementación de un mecanismo innovador. Este mecanismo busca reducir el volumen de envíos de formularios y permitir a las tiendas dar respuestas inmediatas a los clientes. Con este fin, se ha desarrollado un prototipo de código QR que permite a los clientes acceder y actualizar sus datos de manera instantánea mientras se encuentran en la tienda. Se sugiere ubicar estos códigos en el centro de atención al cliente y en zonas cercanas a las filas de

pago, donde los clientes puedan acceder fácilmente sin generar acumulaciones innecesarias en los pasillos de productos. Además de agilizar el proceso de actualización de datos, esta solución contribuirá a mejorar la experiencia del cliente al proporcionar una opción conveniente y rápida para realizar estas actualizaciones mientras realizan sus compras.

Imagen 2: Prototipo de Código QR.



Fuente: elaboración Propia.

Por último, en cumplimiento de los objetivos establecidos, se llevó a cabo la extracción de datos correspondientes a las causas de rechazo de cada tienda de las marcas Jumbo, Easy y Metro durante el año 2023. Esta tarea se realizó en colaboración con e-mmap, la empresa encargada de digitalizar los formularios físicos enviados por cada establecimiento.

Una vez completada la extracción de datos, se procedió a crear una base en Excel que incluye información detallada sobre las tiendas, el total de rechazos y la clasificación de cada causa. El propósito de esta base es mantener un control exhaustivo sobre los

formularios físicos enviados por las tiendas, con el objetivo de reducir los rechazos.

Para facilitar el análisis de los datos, se desarrolló un tablero de control en Power BI para cada tienda. Estos tableros permiten una visualización dinámica de la información relevante, lo que facilita la identificación de tendencias y patrones en cada establecimiento. Además, estos tableros pueden actualizarse con información semanal, mensual, bimestral, trimestral, semestral y anual, asegurando así un monitoreo continuo y actualizado de la situación en cada tienda.

Imagen 3: Dashboard Monitoreo Tiendas Easy.



Fuente: elaboración Propia.

Conclusiones:

Durante el desarrollo de práctica profesional en el área de Lealtad y Experiencia, se resalta la importancia de mejorar los procesos de actualización de datos de los clientes en el programa de fidelización "Puntos Cencosud". Se identificaron problemas que afectan tanto a la empresa como a los clientes, como la pérdida de ingresos, la experiencia deficiente del cliente y una mayor inversión requerida debido a la falta de datos actualizados.

Para abordar estos desafíos, se propuso una estrategia de mejora que incluye la implementación de canales digitales y físicos para actualizar los datos de los clientes de manera más eficiente y conveniente. Además, se destaca la importancia de monitorear y analizar continuamente los datos mediante tableros de control en Power BI para garantizar un seguimiento adecuado de la situación en cada tienda.

En conclusión, el trabajo realizado proporciona una comprensión profunda de la empresa Cencosud y sus desafíos en el área de fidelización de clientes, así como propone soluciones concretas para mejorar la gestión de datos y optimizar la experiencia del cliente en el programa de fidelización "Puntos Cencosud".

Bibliografía

(Cencosud, s/f)

Cencosud. (s/f). *Nuestra Empresa*. Cencosud. Recuperado el 11 de marzo de 2024, de <https://www.cencosud.com/nuestra-empresa>

(*Ley 1581 de 2012 - Gestor Normativo*, s/f)

Ley 1581 de 2012 - Gestor Normativo. (s/f). Gov.co. Recuperado el 8 de marzo de 2024, de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>

(*Puntos cencosud*, s/f)

Puntos cencosud. (s/f). 2Xy.Co. Recuperado el 9 de abril de 2024, de

<https://appcencosud.2xy.co/campaign/puntoscencosud/>

Parte IV Seguimiento Practica Profesional

Las actividades propuestas en Cencosud S.A para el cargo de practicante de fidelidad en el área de Lealtad y Experiencia dentro del periodo de la practica profesional se exponen a continuación:

1. Consolidar en Excel el total de formularios físicos de inscripción y actualización de datos del programa de Puntos Cencosud que las tiendas a nivel nacional envían diariamente
2. Realizar el cargue de formularios físicos de inscripción y actualización de datos al programa de Puntos Cencosud de los clientes de las tiendas Jumbo, Metro y Easy a nivel nacional
3. Resolver solicitudes de los clientes frente a inconvenientes presentados en los programas de Fidelidad como "Puntos Cencosud", "Jumbo Prime" y "Mi Promo".
4. Brindar apoyo a las tiendas a nivel nacional frente a las dudas de los programas de Fidelidad que tengan las tiendas de Jumbo, Metro e Easy.
5. Controlar y monitorear los bonos activados con las empresas aliadas en las varias opciones de redención de puntos.
6. Controlar y monitorear la gestión realizada por Datec en temas de cargue de formularios de inscripción y actualización de datos.