

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL – CENCOSUD S.A.



MARIA CAMILA PIRAQUIVE FANDIÑO

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2018

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL – CENCOSUD S.A.

MARIA CAMILA PIRAQUIVE FANDIÑO

Informe final de práctica presentado como requisito para optar al título de profesional en
Negocios Internacionales

Asesor:

Esp. EDISON ORLANDO GARZON CESPEDES

Especialista en Gerencia logística.

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2018

Autoridades Académicas

P. JUAN UBALDO LÓPEZ SALAMANCA, O.P.

Rector General

P. MAURICIO ANTONIO CORTÉS GALLEGO, O. P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ARTURO RESTREPO RESTREPO, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. FERNANDO CAJICA GAMBOA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Dr. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de Facultad de Negocios Internacionales

Nota de aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS
Decano de Facultad de Negocios Internacionales

EDISON ORLANDO GARZON CESPEDES
Director trabajo de grado

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE
Jurado

Villavicencio, Julio de 2018

Dedicatoria

A el esfuerzo de mis padres

Néstor Hernando Piraquive Godoy.

Sabina Fandiño Velásquez.

Agradecimientos

Primero que todo quiero dar gracias a DIOS por permitirme estudiar esta gran carrera profesional y estar culminándola. Quiero dar gracias a mis padres Néstor Piraquive y Sabina Fandiño por su sacrificio y esfuerzo por darme una carrera para mi futuro y por creer siempre en mí, y en los momentos difíciles brindándome su comprensión, amor y apoyo.

A mi hermana Catalina por ser mi motivación y darme siempre palabras de aliento para seguir siendo perseverante y cumplir con mis metas. A mis compañeros y amigos quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas.

A los docentes de la facultad de negocios internacionales que nos guiaron durante estos 5 años y nos brindaron todos sus conocimientos para ser los mejores profesionales. Y a todas aquellas personas que estuvieron ahí durante este proceso.

Glosario

1. DINAMICA: Descuento o actividad con el que se publicara un producto.
2. DPH: Droguería, Perfumería e Higiene.
3. GENEXIS: Programa donde se pueden hacer búsquedas y descargas más detalladas del estado de los productos, como sus costos, stock, ficha técnica y demás.
4. JPG: Es un ejemplar fotográfico de un folleto o cuartilla antes de su impresión y publicación.
5. MIX: Archivo en Excel donde solo se encuentran las referencias activas.
6. PGC: Productos de gran consumo.
7. PRE LISTADO: Biblia en Excel donde se pasan los productos antes de ser plasmados en JPG y allí va el ean del producto, descripción, dinámica, precio y disponibilidad.
8. PVP: Precio de venta al público.
9. PVR: Precio de venta regular.
10. REFERENCIAL: Archivo de Excel donde estas todas las referencias, activas, descontinuadas y depuradas.
11. TMC: Tarjeta de crédito de Cencosud.

Tabla de Contenido

	Pág.
Resumen.....	10
Introducción	12
1. Objetivos.....	13
1.1 Objetivo General	13
1.2 Objetivos Específicos.....	13
2. Información de la empresa	14
2.1 Nombre y Razón Social.....	14
2.2 Reseña Histórica.....	14
2.3 Misión.....	14
2.4 Visión	15
2.5 Estructura Organizacional	15
2.6 Mapa de procesos	15
2.7 Área de trabajo	16
3. Funciones laborales	18
3.1 Nombre del cargo	18
3.2 Funciones del cargo.....	18
3.2.1 Descripción del área.....	18
3.2.2 Labores Desempeñadas.....	19
3.2.3 Pertinencia.....	22
4. Impactos del cargo	23
5. Herramientas utilizadas en Cencosud	24
6. Dificultadas presentadas	25
7. Aportes profesionales por parte del estudiante.....	26
Conclusiones.....	27
Referencias bibliográficas	28

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Mapa de procesos CENCOSUD.....	18
Figura 2. Organigrama DPH	19

Resumen

La Universidad Santo Tomas tiene como requisito realizar opción de grado para obtener el título profesional en Negocios Internacionales, una de sus opciones es realizar la práctica empresarial. Esta opción ha sido y será muy atractiva por los estudiantes a la hora de seleccionar la opción de grado, ya que esta permite poner en práctica lo aprendido en la universidad y también enfrentarnos y adquirir una experiencia laboral, aquí será la primera experiencia en el que el estudiante enfrenta la realidad con los conocimientos académicos previamente adquiridos. Además, se requiere de una gran adaptación a las nuevas reglas, desde cumplir con un horario, cumplir con unas metas, unos objetivos, aprender a trabajar en equipo y tener una buena convivencia, ya que será esencial para un buen avance tanto en la vida laboral como personal. La práctica empresarial se llevó a cabo en CENCOSUD S.A, apoyando el área comercial de DPH, como canal de comunicación entre el área de DPH, planificación, y abastecimiento para la gestión, apoyo, coordinación de todo lo relacionado con cuartillas y folletos, en las banderas de Jumbo y Metro,

Palabras Clave. Práctica empresarial, trabajar en equipo, objetivos, experiencia laboral, conocimientos académicos.

Abstract

The Santo Tomas University has as a requirement to take a degree option to obtain a professional degree in International Business, one of its options is to carry out business practice. This option has been and will be very attractive for the students when selecting the option of degree, since it allows to put into practice what they have learned in the university and also face and acquire work experience, here will be the first experience in which the student confronts reality with previously acquired academic knowledge. It also requires a great adaptation to the new rules, from meeting a schedule, meet some goals, objectives, learn to work as a team and have a good coexistence, as it will be essential for a good progress in both working life as a staff The business practice was carried out in CENCOSUD SA, supporting the commercial area of DPH, as a communication channel between the DPH area, planning, and procurement for the management, support, coordination of everything related to pages and brochures, in the Jumbo and Metro flags,

Keywords. Business practice, teamwork, objectives, work experience, academic knowledge.

Introducción

La Universidad Santo Tomás en concordancia con la legislación y normatividad vigente respecto a los requisitos para adquirir título profesional en Negocios Internacionales ha expedido Reglamento general de Opciones de Grado, cuyas reglas generales son las previstas en el Acuerdo N° 08 de junio 16 de 2003, del Consejo Superior, dentro de las opciones de grado contempla la práctica, pasantías, trabajo social, tesis, entre otras.

De acuerdo al espíritu Tomista, con el fin de fortalecer su compromiso con la realidad, la proyección social, la interacción para con la comunidad y en pro de la creación de espacios interdisciplinarios que permitan complementar con experiencia, la práctica y la formación académica recibida, dentro de diferentes empresas o instituciones de los sectores afines a formación académica, que permiten al practicante desarrollar sus habilidades y competencias.

Con base a lo anterior y previa autorización del Comité de Opciones de Grado, el día 02 de Enero de 2018 se dio inicio a la práctica empresarial como requisito para optar al título de profesional en Negocios Internacionales en la empresa CENCOSUD S.A, empresa que por su actividad económica y tamaño de la misma realiza actividades acorde a la formación académica del estudiante de Negocios Internacionales, siendo pertinente para el desarrollo profesional y a los objetivos de la Facultad en relación a la finalidad de esta opción de grado.

Las prácticas se realizarán en el área comercial de DPH con el fin de permitir al estudiante que conozca y se familiarice con las actividades que se realizan, donde deberá acoplarse, permitiendo que el estudiante se encuentre con la realidad social, administrativa y empresarial de la organización.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Adquirir experiencia laboral para el crecimiento profesional y personal, por medio de la práctica empresarial, enfrentado una realidad comercial, teniendo una buena convivencia con el equipo de trabajo.

1.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar las actividades asignadas por la empresa.
- Identificar la pertinencia de las actividades realizadas en relación a la formación académica recibida.
- Proponer oportunidades de mejora, acciones preventivas, acciones correctivas que aporten al mejoramiento continuo del área.

2. Información de la empresa

2.1 Nombre y Razón Social

Cencosud S.A. Centro Comerciales Sudamericanos S.A.

2.2 Reseña Histórica

En 1978, **Cencosud** inauguró el primer hipermercado del país “jumbo” y en los años posteriores amplió su línea de supermercados y centros comerciales. De ahí en adelante Cencosud, comenzó a expandirse a Perú, Colombia y Brasil, convirtiéndose en una de las cadenas minoristas más grande de toda América Latina.

Las **tiendas de Cencosud** suman más de 3.1 millones de metros cuadrados de superficie y de los ingresos de Cencosud el 41% proviene de Chile, siendo el 29% de Argentina, el 21% de Brasil, el 8% de Perú y el 1% de Colombia.

En 2006 comenzó Cencosud a construir Costanera Center, que se trata de un centro comercial de cinco niveles, dos edificios de oficinas, dos hoteles y más de 4500 estacionamientos. Este centro comercial se inauguró en junio de 2012. Se trata del proyecto inmobiliario más grande de Sudamérica.

Cencosud se trata de una compañía con negocios diversificados y con mayor oferta de metros cuadrados, ya que desarrollan adicionalmente otras líneas de negocio que complementan la operación central.

2.3 Misión

Nuestra misión consiste en 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.

2.4 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 SA”. (Cencosud, 2016)

2.5 Estructura Organizacional

La organización interna de la Sede Administrativa Cencosud en Colombia sigue los niveles en orden jerárquico, empezando con la vicepresidencia, luego dirección, seguidamente con la gerencia, posteriormente con la sección y finalmente con el área. (Cencosud, 2016).

Existen cinco vicepresidencias en Cencosud Colombia que son Vicepresidencia Mercancías y Marketing, Vicepresidencia Organización, Supply Chain y Sistemas, Vicepresidencia Explotación Comercial, Vicepresidencia Gestión Humana y Asuntos Corporativos y finalmente la Vicepresidencia Finanzas y Gestión, cada una con funciones específicas para un buen funcionamiento de la empresa.

2.6 Mapa de procesos

Para el desarrollo de la empresa se ha diseñado el mapa de procesos, el cual define los procesos estratégicos, operativos y de apoyo necesarios para lograr la satisfacción del cliente y las partes interesadas en el desempeño productos, y responsabilidad social de la organización.

La empresa dispone de un personal idóneo para desempeñar las responsabilidades y funciones requeridas del sistema de gestión, esta cuenta con el departamento comercial, que es el eje de toda la organización, debido a que aquí es donde se inicia con el ser de la empresa, es decir se hacen las respectivas negociaciones con los diferentes proveedores, consiguiendo los productos que cada una de las banderas va a llegar a vender en las tiendas del país. Seguidamente

encontramos al departamento de abastecimiento quienes realizan las órdenes de compra de todos los productos que comercial negoció, después encontramos gestión de ventas, y finalmente esta gestión de clientes.



Figura 1. Mapa de procesos obtenida por información en la empresa Cencosud S.A, 2018

2.7 Área de trabajo

El área comercial de DPH está conformada actualmente por un presidente llamado Erick Basse vicepresidente llamado un Luis Javier Sanabria, seguido por el director comercial Alejandro Gómez Pardo, también encontramos la gerente comercial de DPH Lina María Sánchez Zuluaga, a continuación encontramos a los compradores de cada una de las categorías que tiene DPH, para la categoría de aseo del hogar esta Jhenyfer Delgado Salas, en la categoría de maquillaje, afeitado y depilación encontramos a la compradora Jennifer Betancur Cruz, en la categoría de OTC esta Fabian García Salgado, y por último en la categoría de cuidado capilar y aseo personal esta Julieth Ávila Ramírez.

En el área también hay dos analistas, quienes son Daniela Manrique Diaz a cargo de las categorías de maquillaje, afeitado y depilación, y Katherine Agudelo encargada de cuidado y aseo personal y de OTC. Aquí encontramos el cargo de Trade comercial encargado por Laura Londoño Gómez, seguidamente esta Diego Charry que es el profesional de cuentas.

Finalmente, está la practicante María Camila Piraquive del área comercial de DPH

Figura 2. Organigrama DPH

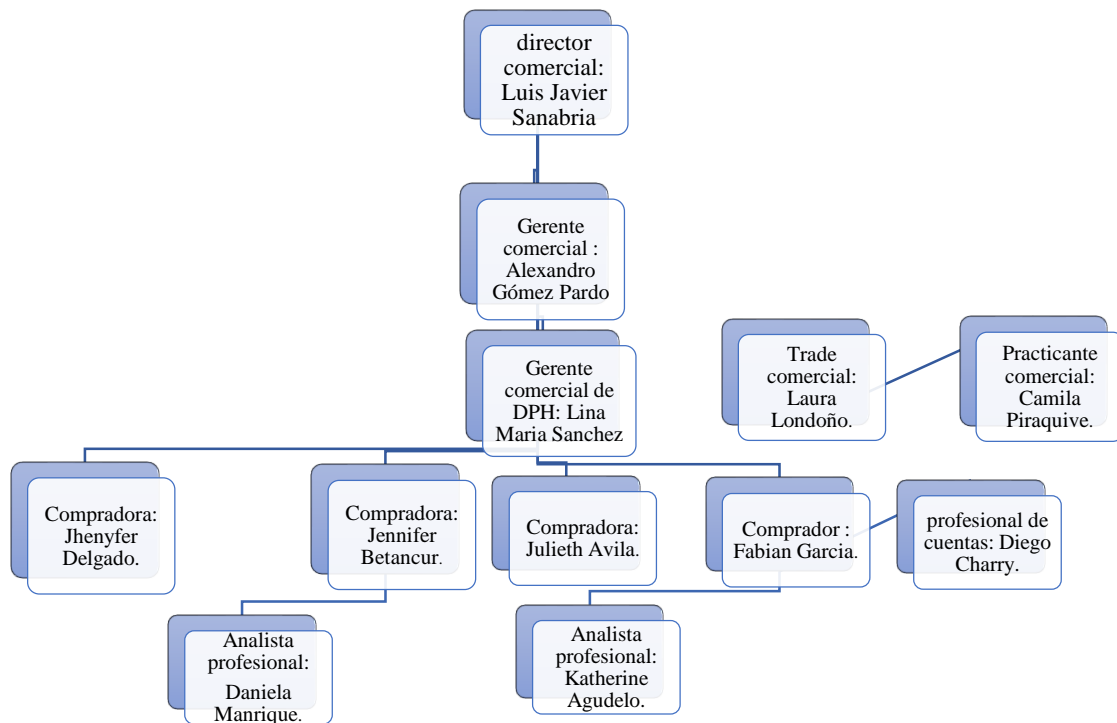


Figura 2. Organigrama DPH optado por información de empresa Cencosud S.A y realizado por Camila Piraquive, 2018

3. Funciones laborales

3.1 Nombre del cargo

Practicante comercial de DPH.

3.2 Funciones del cargo

Canal de comunicación entre el área de DPH y planificación para la gestión, apoyo, coordinación y seguimiento de dinámicas, tales como cuartillas y folletos, con las banderas de Jumbo y Metro, con el objetivo de gestionar a tiempo las entregas estipuladas. Adicional a esto, llevar a cabo los seguimientos de agotados de cada folleto próximo a publicar, levantamiento de marcas de sobre stock y corrección de publicaciones

3.2.1 Descripción del área

El área de DPH está encargada de administrar todo lo que se refiere a aseo del hogar y aseo y belleza personal donde se divide por categorías como lo son cuidado capilar, aseo personal, medicamentos con venta autorizada, afeitado y depilación, maquillaje, todo lo relacionado con aseo y cuidado del hogar. para las banderas de jumbo y metro, DPH es una de las categorías más importantes, debido a que las categorías que se manejan allí son primordiales en Cencosud, aquí es donde los compradores hacen las negociaciones con los diferentes proveedores como lo son Procter, Unilever, Quala, Colgate, Belleza Express, entre otros, después de que se llegue a un acuerdo con ellos, se da lugar al seguimiento de cada una de las negociaciones y así asegurar que las partes tanto Cencosud como los proveedores cumplan con lo pactado, entre las muchas cosas que el área realiza, como lo es el cierre de fin de mes , donde se ve y analiza el margen generado de cada una de categorías, y se debe cumplir con una meta mensual, teniendo en cuenta el cierre del mismo mes del año anterior. También se realizan las codificaciones de nuevos productos para el mercado, pero para esto también se debe estudiar la rentabilidad que este nuevo producto traerá a la compañía.

En fechas en las que no hay folletos o cuartillas publicadas se cargan dinámicas fuertes por otros medios de comunicación como auto spot, pagina web, redes sociales entre otras. Estas dinámicas se cargan con el fin de aumentar las ventas y promover el movimiento de los distintos canales de comunicación.

3.2.2 Labores Desempeñadas

Durante el tiempo de apoyo como pasante universitario se realizaron las siguientes labores:

- ✓ **Pre-listado:** formato en Excel que se envía como primer paso para la publicación de un folleto o cuartilla, se envía al área de planificación.
 1. Los comerciales me pasan la información de los productos que negociaron para que estén publicados en la cuartilla o folleto.
 2. Saco los datos de los productos como, ean, descripción, y disponibilidad del mix.
 3. los comerciales me dicen precio de venta o dinámica, unidades disponibles y porcentaje negociado con el proveedor.
 4. Consolido toda la información de los 4 comerciales.
 5. Pongo ubicación de las fotos de los productos.
 6. Organizo el formato, separando los agrupados de los productos solos, y se envía a el área de planificación, para que esta área haga las mediciones para realizar las órdenes de compra y para que lo pase también a el área de marketing.
- ✓ **Bases para punteo:** Se ejecuta al final de cada cierre de folleto o cuartilla, aquí se cargan todos los eanes de los productos publicados, con estado de activo y discontinuado, con la finalidad de que si un producto que se publicó antes tenía otro EAN u otra presentación este también sea vendido.
 1. Tomo el ultimo JPG de como quedo el folleto o cuartilla.
 2. Reviso los productos que quedaron publicados y abro el referencial de la semana.
 3. Del referencial saco los eanes de los productos activos y discontinuados.
 4. Consolido esta información de todos los productos.

5. Adicional a esto les pongo en el formato el número de página en el que esta cada producto, el precio o dinámica con la que se publicara a el mercado, y la disponibilidad en tiendas de cada producto.
- ✓ **Descuentos:** dinámicas negociadas entre el comercial y el proveedor para los fines de semana en los que no hay cuartilla o folleto vigente.
1. Se organiza en una tabla mes a mes con todos los productos con la dinámica y con su respectivo ean.
 2. A fin de mes esta tabla se envía a los analistas, para que realicen las liquidaciones de los productos, teniendo en cuenta el resultado de venta durante los días de la dinámica.
- ✓ **Seguimiento de agotados:** Es el proceso que se hace a los folletos de 10 a 15 días antes de que empiece su vigencia, con el fin de estar pendientes de que todos los productos publicados estén en stock, y no empecemos folleto estando agotado.
1. Del último entra y sale de cada folleto, se sacan los productos que serán publicados.
 2. Estos se organizan en un Excel donde está el formato de un seguimiento de agotado.
 3. El formato tiene unas formulas con la que se hace la medición de cada producto.
 4. Este formato mide el stock actual y el stock más pendientes, el stock más pendiente son las unidades que están próximas a entregar y se tiene la medición por las órdenes de compra realizadas.
 5. Se realiza la descarga de información de genexis, que es un programa de la empresa en donde está la toda la información detallada.
 6. El formato mide como agotado a un producto si tiene menos de 6 unidades del producto por tienda.
 7. Después de la descarga y organizar los datos de la descarga en el formato, él nos dice el agotado de cada producto, las unidades disponibles en cada tienda y las tiendas agotadas.
- ✓ **Entra y sale:** Este proceso se hace cada vez que llega una corrección de folleto o cuartilla, en este se marcan en rojo los productos que ya no estará, y en verde el que reemplazara a este producto que se sacó.
1. Se toma el pre listado inicial que se envió y se marcan en rojo las referencias que por algún motivo ya no pueden ser publicadas, y para que planificación la retire de su medición.

2. Se ponen los eanes y datos de las que referencias que van a reemplazar a los que salieron, y estas se marcan en color verde para que en planificación sepan que este producto no estaba y empiecen a medirlo.
- ✓ **Correcciones:** Son los ajustes que se hacen a los JPG de cuartillas o folletos, en el que se ajustan precios, imágenes, precio por gramo o mililitro, cantidades disponibles, y disponibilidad en el país y si es necesario sacar o ingresar otro producto que el comprador haya negociado con el proveedor.
1. Para realizar las correcciones se maneja un formato en Excel donde en la primera casilla se señala si el producto entra, sale, o es ajuste.
 2. El formato tiene casillas con los detalles que se corrigen como descripción, precio, imagen, pum, dinámica, disponibilidad y unidades disponibles. Si a alguna de estas cosas no se le hace nada, se pone ok y automáticamente se pone la casilla amarilla.
 3. A los ajustes se lo pone azul en las casillas.
 4. A lo que ingresa se le pone verde y a lo que sale se marca rojo la casilla.
- ✓ **Sustitutos:** es un producto que va a reemplazar a otro, que está publicado en folleto, pero por algún inconveniente de entrega no alcanza a llegar a la fecha en la que inicia la vigencia del folleto, este sustituto debe tener características muy similares al producto publicado, y se debe cargar con el mismo precio de venta.
1. Se maneja un formato en Excel donde ponemos el ean que está actualmente y al frente ponemos el nuevo ean.
 2. En el formato de debe poner la fecha de cuando a cuando se debe cargar el sustituto y las tiendas al que debe ser cargado.
 3. Este sustituto debe ofrecerle las mismas características y el cliente.
 4. Se debe poner al mismo precio.
- ✓ **Costos:** Es el valor económico en que un proveedor da el producto para que Cencosud lo compre, a este valor se le añade el IVA y el margen, para folletos se busca bajar el margen para estar más económicos y competitivos frente a la competencia.
1. De genesis se saca el costo del producto.
 2. Se multiplica x1.19 que es el IVA.
 3. Se divide por la tasa de margen.

4. Para eventos grandes se marginan los productos entre 5% y 9%.
5. Para días que no son eventos en DPH la mayoría de productos marginan con el 20%

3.2.3 Pertinencia

- Administración y procesos: teniendo en cuenta esta cátedra que vimos se pudo aplicar en la práctica empresarial en Cencosud S.A, ya que las actividades elaboradas tenían bastante responsabilidad y todas las actividades tienen una cadena de filtros, los cuales son los procesos para ofrecerle un buen servicio a los clientes.
- Matemáticas: al sacar los precios de venta de los productos es importante tener clara esta asignatura, ya que es la que nos dará la rentabilidad de estos productos vendidos en el mercado.
- Estrategias de mercadeo: semanalmente en el área se realizaba una reunión en la que se analizaba lo que había pasado el fin de semana y lo que se programaría para el siguiente o para grandes eventos próximos, en esta reunión se podía y era necesario dar aportes sobre las estrategias o las formas en la que nos íbamos a comunicar con los clientes y los medios más convenientes para atraer un buen flujo de personas en las tiendas.
- Antropología: día a día se debía tener comunicación con distintos tipos de personas, el cual teníamos que adaptarnos a las distintas personalidades y aprender a tratar a cada uno de ellos.
- Análisis financiero: se debía tener un seguimiento respecto a los resultados de venta de hoy frente a un comparativo del año anterior a la misma fecha, para tener claro la tendencia que tenía el mercado y las personas en el año actual.

4. Impactos del cargo

Durante el tiempo estipulado de las prácticas empresariales se pudo dar un importante apoyo al área comercial y de planificación, con temas de folletos, cuartillas y seguimientos de agotados.

Este apoyo es indispensable para el área comercial ya que en el área se ven altas las cargas laborales, y los procesos manejados son de bastante tiempo.

Se permitió tener una experiencia que no se tuvo en las aulas de clase que ayudan a el crecimiento profesional, ya que se aprende a trabajar en equipo, tener responsabilidades más grandes, poner en práctica temas tratados en clase.

Otro de los impactos significantes, fue el aprender cosas que no eran del cargo ya que este aprendizaje abría las puertas a futuros cargos y en el momento se brindaban un mayor apoyo al área, también se pudo tener el relacionamiento directo con proveedores y de cierto modo conocer las negociaciones hechas con los comerciales.

Al mismo tiempo, la responsabilidad de hacer parte del equipo de DPH fue de vital importancia para el aprendizaje al tener que responder por la categoría a nivel nacional, se reconoce el valor del trabajo en equipo y el hacer las cosas bien y profesionalmente son aspectos que ponen a prueba todos los conceptos teóricos adquiridos durante la vida universitaria, pero con un grado más alto de compromiso

5. Herramientas utilizadas en Cencosud

Durante el tiempo de la práctica profesional, Cencosud puso a disposición todos los implementos que se requerían para el cumplimiento de las actividades solicitadas, como:

- Inducción por parte del equipo de trabajo del área.
- Equipo tecnológico (computador)
- Impresora multifuncional
- Papelería
- Acceso a información.
- Usuario y claves para la consulta y registro de información en los programas tecnológicos.

6. Dificultadas presentadas

Los primeros días presenté dificultad con el proceso de seguimiento de agotados, ya que en el área de DPH se manejan muchísimas referencias, entonces al ser bastantes se tenía dificultad con la descarga de datos, la solución que le di a esto fue realizar los seguimientos en 2 partes, hacer primero una con la mitad de referencias y luego hacer el otro con las referencias faltantes.

Presente dificultad también con comandos de Excel ya que todos los procesos se realizan en Excel, para ello, la constante práctica logró dar solución a esta falencia.

7. Aportes profesionales por parte del estudiante.

Como análisis a la práctica realizada en el área comercial de DPH se pudo identificar que por las altas cargas laborales no hay un buen manejo de los tiempos de entrega, ya que los comerciales la mayor parte de su tiempo está en box haciendo negociaciones con los proveedores, una solución que expuse a mi jefe para las mejoras de los tiempos de entrega de las cosas relacionadas con folletos y cuartillas, es que los comerciales dediquen una tarde o un día para esto, para que puedan revisar y tener a tiempo las dinámicas de la semana siguiente, y estas revisiones se puedan realizar anticipadas y no sobre tiempo y de cierto modo cumplirle a las áreas que dependen de nuestra información.

Conclusiones

Optar por las prácticas empresariales como opción de grado para obtener el título de profesional en Negocios Internacionales fue la mejor decisión tomada, ya que se pudo tener una experiencia laboral aportando desde los conocimientos adquiridos en la Universidad y adquiriendo los conocimientos en el campo en el que se desempeñó la práctica empresarial.

- ✓ Se desarrollaron todas las actividades asignadas por la empresa con un alto grado de responsabilidad, compromiso e interés, ya que de las funciones realizadas depende la rentabilidad a nivel nacional.
- ✓ Se aportaron ideas para la mejora de los procesos del área de DPH para el crecimiento del área.

Referencias bibliográficas

Cencosud. (2016). *Saber Hacer Cencosud*.

Cencosud Colombia. (2017). *Nuestra Historia en Colombia*. Obtenido de cencosud.com:
<http://www.cencosud.com/nuestra-empresa/cencosud/2016-01-19/180821.html>

Cencosud S.A. (2013). *Nuestra Historia*. Obtenido de Cencosud:
<http://investors.cencosud.com/Spanish/inversionistas/quienes-somos/nuestra-historia/default.aspx>

Guerrero, M. A. (20 de noviembre de 2003). *Las 4 etapas del Proceso Administrativo*. Obtenido de gestipolis.com/: <https://www.gestipolis.com/4-etapas-proceso-administrativo/>