



**Informe De Práctica Profesional**

**Colombiana de Comercio Corbeta distribuciones – Red Contigo**

**Laura Daniela Neuta Montero**

**Trabajo presentado para Optar al Título de  
Profesional en Negocios Internacionales**

**Dirigido Por:**

**Marco Tulio Urueña Bolaños**

**Universidad Santo Tomás**

**Facultad De Negocios Internacionales**

**Bogotá D.C.**

**2022**

### **Agradecimientos**

Para el desarrollo del presente trabajo en primer lugar quisiera agradecer a mi familia, en especial a mi papá y a mi mamá, por siempre estar para mí apoyándome en cada reto nuevo que asumía, han sido personas que han estado para mí incondicionalmente, siempre me han impulsado a cumplir cada uno de los sueños y retos que me propongo en la vida, sin importar lo difícil que sea para ellos siempre me dieron su apoyo a pesar de las dificultades, así mismo quiero agradecer a mi hermano por ser mi compañía y por también siempre estar apoyándome en cada paso nuevo que doy.

Por otro lado quisiera agradecer a mis profesores de la universidad, ya que me aportaron demasiadas cosas durante la carrera, tanto a nivel profesional como a nivel personal, son personas demasiado humanas, las cuales siempre estuvieron prestos a ayudarnos en cada situación difícil que se nos presentó durante el tiempo que estuvimos en la universidad, son docentes los cuales son excelentes personas, con amplios conocimientos en muchos ámbitos empresariales, y gracias a esto mis compañeros y yo podemos tener certeza que contamos con una muy buena formación en nuestra carrera para enfrentar las diversas cosas que se presentan tanto a nivel personal como laboral.

Para finalizar, quiero agradecer a las personas que hicieron posible que pudiera desarrollar mis prácticas profesionales, tanto a Colombiana de Comercio Corbeta y/o Alkosto, como a Diego Andres Leal quien era mi jefe directo y a todo su equipo de trabajo, ya que fue la persona quien depositó su confianza en mí desde un inicio, para poner diferentes responsabilidades a mi cargo, así mismo me ayudó bastante a crecer y a fortalecerme como profesional.

## Resumen

Teniendo en cuenta este análisis vamos a encontrar la experiencia vivida durante las prácticas en Colombiana de Comercio – Red Contigo, las cuales fueron realizadas en el periodo de 2021 – 2. Debido a que vamos a poder evidenciar una visual de que es la Red Contigo y cuál es el impacto que ha generado en los autoservicios en donde se tiene presencia actualmente.

Por otro lado, es importante mencionar que la Red Contigo se creó en el año 2016 debido a la necesidad que encontró Colombiana de Comercio Corbeta y/o Alkosto al encontrarse con tantos formatos nuevos (Hard Discount), los cuales ponían en riesgos los negocios de los pequeños empresarios, tiendas de barrios, autoservicios, etc. Por ende, se buscaba la forma de crear un formato el cual fuera un apoyo comercial a estos pequeños empresarios, por medio de alianzas estratégicas con diferentes proveedores, los cuales ayudaran a impulsar de una mejor forma a estos puntos, por medio de descuentos, lanzamientos, separatas, calendarios, etc. Adicional a esto cabe resaltar que una vez un autoservicio decide ser aliado a la Red Contigo va a contar con muchos beneficios los cuales son, intervención de fachada, implementación de datafono, implementación del sistema POS, asesoría jurídica, implementación de Bancolombia y SURA. Para finalizar es importante mencionar que actualmente la Red Contigo cuenta con apoyos de dos socios comerciales importantes como lo son, Colombiana de Comercio y/o Alkosto y Casa Luker, quienes llevan un arduo trabajo por ir haciendo estudios de mercado en diferentes zonas.

**Palabras clave:** Autoservicios, Hard Discount, comercial, empresarios, estudios de mercado, capacitación, beneficios.

### Abstract

Taking into account this analysis we will find the experience lived during the practices in Colombiana de Comercio - Red Contigo, which were carried out in the period of 2021 - 2. Because we are going to show a visual of what Red Contigo is and what is the impact it has generated in the self-service stores where it is currently present.

On the other hand, it is important to mention that the Contigo Network was created in 2016 due to the need that Colombiana de Comercio Corbeta and/or Alkosto found when encountering so many new formats (Hard Discount), which put the business of small entrepreneurs, neighborhood stores, self-service stores, etc. at risk. Therefore, we were looking for a way to create a format which would be a commercial support to these small businessmen, through strategic alliances with different suppliers, which would help to promote these points in a better way, through discounts, launches, brochures, calendars, etc. In addition to this, it is worth mentioning that once a self-service store decides to become an ally of Red Contigo, it will have many benefits such as: façade intervention, implementation of a data phone, implementation of the POS system, legal advice, implementation of Bancolombia and SURA. Finally, it is important to mention that currently the Contigo Network has the support of two very important commercial partners such as Colombiana de Comercio and/or Alkosto and Casa Luker, who are working hard to carry out market studies in different áreas.

**Key words:** Self-service, Hard Discount, commercial, entrepreneurs, market research, training, benefits.

## Introducción

Por medio del presente trabajo se pretende dar a conocer como fue el proceso de las practicas realizadas durante 6 meses en Colombiana de Comercio y/o Alkosto, más específicamente en la Red Contigo, identificando que fue una práctica empresarial enfocada en el área administrativa de la Red, teniendo en cuenta procesos de cobros tanto a proveedores, como a clientes, así mismo haciendo un seguimiento a novedades que puedan presentar en su proceso de vinculación al formato con alguno de los servicios solicitados al momento de vincularse.

Teniendo en cuenta el periodo de duración de la práctica se hizo una mejora en los procesos administrativos de la Red Contigo, se estructuro de una mejor forma cada proceso tanto de implementación de servicios como de seguimiento, mejora en el tiempo de cobros a los proveedores, seguimiento a la implementación de cada servicio con cada uno de los proveedores que maneja la Red, debido a que durante el proceso se pueden presentar distintas novedades tanto por parte de aprobación de la Red como al momento en que se va a intervenir al cliente, por ende es necesario hacer un acompañamiento a todo lo que se solicita

Por medio de este este trabajo se quiere dar una visual de cual será el plan mejora a implementar en la Red Contigo, ya que como se menciona anteriormente se hicieron mejoras en el proceso administrativo, además de querer tener una visual y un enfoque a llevar la Red Contigo a un aspecto internacional, ya que para nadie es un secreto que formatos Hard Discount hay por todo el mundo, son muchas las amenazas que puede tener un tendero hoy en día tanto a nivel nacional como internacional, por eso se hace un enfoque especialmente en México, para dar una visual de cuáles son los formatos que afectan a los autoservicios

actualmente allá, y así mismo como la Red Contigo puede llegar a apoyarlos y a brindarles un seguimiento como se hace actualmente en Colombia.

Para finalizar es importante tener en cuenta que la Red Contigo ha tenido un crecimiento bastante importante desde que se creó, cada vez llegamos a más partes a nivel nacional, como Boyacá, Valle del Cauca, Eje Cafetero, Meta, y se espera que próximamente se hagan aperturas en Antioquia y Santander, así que no estaría demás pensar en expandirnos a nivel internacional.

## Contenido

### **PARTE II: La Empresa**

1.1. Aspectos Generales	9
1.1.1. Misión, Visión y Valores	10
1.1.2. Ubicación geográfica	11
1.1.3. Estructura organizativa	12
1.1.4. Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica	12
1.1.5. Análisis DOFA	14
1.1.5.1. Fortalezas	14
1.1.5.2. Oportunidades	14
1.1.5.3. Debilidades	14
1.1.5.4. Amenazas	14

### **PARTE III: Planteamiento de Plan de Mejora Respecto a las Prácticas Profesionales**

2.1. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	16
2.2. Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales	18
2.3. Objetivo general	19
2.3.1. Objetivos específicos	19

### **PARTE IV: Contenido Plan De Mejora**

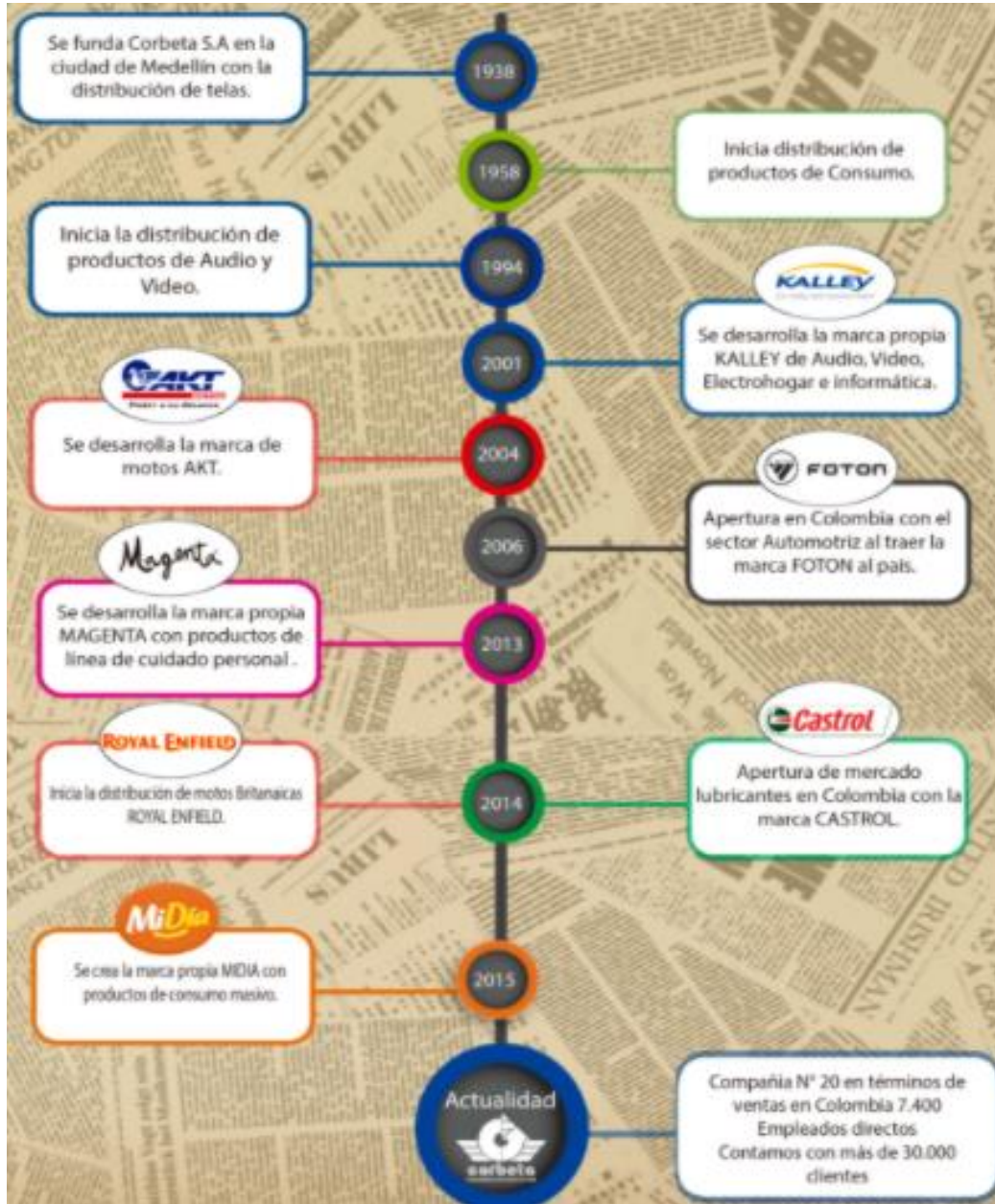
3.1. Propuesta de mejora	20
3.2. Conclusiones	22
3.3. Bibliografía	23

**PARTE V: Seguimiento Practica Profesional**

4.1. Programación de actividades realizadas en la organización	24
4.1.1. Cumplimiento de objetivos	24
4.1.1.1. Ciclo 1	25
4.1.1.2. Ciclo 2	25
4.1.1.3. Ciclo 3	26
4.1.1.4. Ciclo 4	26

PARTE I: LA EMPRESA

1.1. Aspectos Generales



(Corbeta, 2022)

### **1.1.1. Misión**

“En Colombiana de Comercio - Corbeta S.A. nos especializamos en la comercialización de productos, llegando a los principales canales de distribución, presentando excelentes servicios de venta y pos-venta a nuestros clientes y proporcionando satisfactorios resultados de crecimiento por la distribución de productos a nuestros proveedores.” (Corbeta, 2022)

### **Visión**

“Continuar siendo empresa líder en distribución, a través de la conformación inteligente del portafolio de líneas y del conocimiento profundo de nuestros clientes para satisfacer de la mejor manera sus necesidades, lo cual nos permitirá proporcionar una adecuada retribución a nuestro equipo humano, proveedores y accionistas.” (Corbeta, 2022)

### **Valores**

- Ética Comercial
- Buena
- Fe
- Respeto
- Solidaridad.
- Honorabilidad.
- Innovación.
- Conciencia verde.
- Compromiso. (Corbeta, 2022)

### 1.1.2. Ubicación Geográfica

Actualmente Corbeta S.A., cuenta con oficinas (agencias) en 6 ciudades del país Bogotá, Cali, Barranquilla, Medellín, Florencia y Apartadó.

Logísticamente Distribuciones opera desde 8 centros para atender el territorio nacional: DIFUN, DIMED, DIBAR, DIAPA, DIFLO, DIYUM, DITBO y DITME.

- Barranquilla
- Medellín
- Bogotá
- Cali
- Apartadó
- Florencia



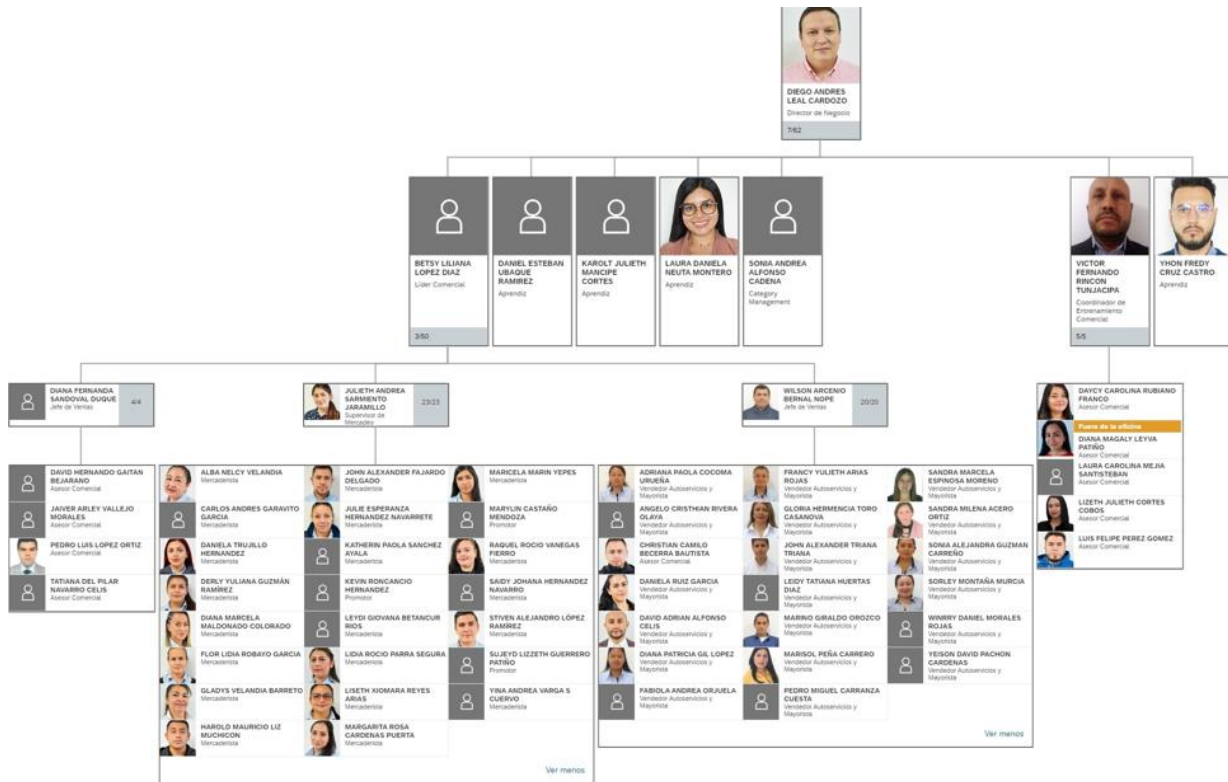
Oficinas y Centros de Distribución



Es importante mencionar que Colombiana de comercio Corbeta y/o Alkosto tiene varias agencias distribuidas en el país, ya que como se mencionaba anteriormente es una empresa bastante grande, la cual llega a muchas partes a nivel nacional, hoy en día se cuenta con 8 centros logísticos de distribuciones como se puede apreciar en la imagen.

1.1.3. Estructura Organizativa

Figura 1 Organigrama



- Mi ubicación dentro de la organización estaba en ser aprendiz de la Red contigo en el área administrativa, teniendo como jefe directo a Diego Leal, director actual de la Red contigo.

1.1.4. Unidad o departamento en el que desarrolla la práctica

- **Red Contigo – Área administrativa**

Es un programa Comercial que busca recuperar y proteger la importancia de los supermercados de barrio en la economía local.

La red contigo es una iniciativa organizada alrededor de las mejores prácticas comerciales para los Autoservicios y respaldada por compañías líderes que tiene como fin defender, fortalecer y mejorar los supermercados independientes logrando mejores resultados comerciales y dando respuesta oportuna a los clientes que hoy tienen distintas necesidades a la hora de ir a un Autoservicio. (Red contigo, 2019)

#### **1.1.5. Análisis DOFA**

Teniendo en cuenta el análisis DOFA y haciendo un análisis detallado de los procesos de la compañía, considero que hay muchas oportunidades de mejora en cada una de las áreas que hacen intervención en la Red Contigo, debido a que para muchos procesos de cara al cliente son demasiado complicados y extensos; esto hace que la Red Contigo se vea afectada en cierta parte, ya que son procesos que tiene toda compañía, pero que a la final los tiempos de respuesta a cada uno de ellos si podría mejorar, para así dar al cliente una experiencia final con la cual quede satisfecho y se dé por bien servido.

Tabla 1 DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
<p>La respuesta en cada una de las áreas que intervienen en los procesos de la Red no es la más oportuna, algunas veces se demoran mucho en dar respuesta.</p> <p>Los tiempos de espera en cuanto a la implementación de servicios de cada proveedor son altos, a pesar de que se explica al cliente, piensa que es demasiado tiempo.</p> <p>En algunas ocasiones a pesar de que se hacen capacitaciones a vendedores y asesores en cuanto a todos los procesos de la Red, hay cosas que desconocen y eso se ve mal ante el cliente final.</p> <p>Al momento de ejecutar los calendarios</p>	<p>Actualmente existen demasiados autoservicios a nivel nacional los cuales podrían beneficiarse de la estrategia que maneja la Red Contigo, los cuales se están viendo afectado por los formatos Hard Discount, así que hay una oportunidad grande de expansión.</p> <p>La alianza con la que se cuenta actualmente con Casa Luker, ya que tanto como Corbeta y Casa Luker tienen clientes codificados en autoservicios, los cuales son una oportunidad de vinculación para el formato, al contar con el crédito el proceso es mucho más fácil.</p> <p>La ubicación que tiene Corbeta actualmente a nivel nacional en cuanto a sus puntos de distribución</p>	<p>La Red Contigo cuenta con diferentes espacios de capacitación tanto para sus empleados, como para sus tenderos, los cuales pueden tener capacitaciones en diversos programas a medida que transcurre el año.</p> <p>En la Red Contigo se cuenta con la alianza con Redeban, la cual permite la instalación de datafonos a los puntos aliados, los cuales tienen tasas preferenciales en el mercado, son tasas bastante bajas en comparación al mercado.</p> <p>Corbeta cuenta con diversas marcas aliadas como los son (P&amp;G, Brinsa, Kellogg, Reckitt, Hada, Familia y demás) las cuales durante cada mes lanzan descuentos y promociones para</p>	<p>Los diversos formatos que se están posicionando en el mercado Colombiano desde hace un tiempo, ofrecen marcas mucho más económicas que los demás, esto ha hecho que más personas lo vean atractivo.</p> <p>Al momento de llegar a poblaciones rurales los tiempos de instalaciones de servicios pueden aumentar mucho más, ya que cada proveedor debe desplazarse para hacer la intervención de los mismos.</p> <p>Al momento de llegar a puntos nuevos a nivel nacional se deben buscar proveedores para temas de implementación de fachadas y señaléticas, este ha sido un proceso tedioso y complicado, ya que muchos proveedores</p>

<p>comerciales quedan sobre el tiempo unos con otros, esto hace que los tiempos que se tienen destinados para cada calendario comercial no se cumplan y las actividades quedan muy encima unas con otras.</p>	<p>es un punto a favor para vincular clientes de las regiones cercanas, para que esto facilite todo el proceso de entregar de mercancías.</p> <p>Las alianzas con diferentes marcas son una oportunidad enorme que pone a la Red como un aliado estratégico para tener descuentos y beneficios.</p>	<p>impulsar sus productos en los puntos, eso hace que los autoservicios tengan mayor visibilidad en el mercado y abarquen más clientes.</p> <p>La alianza con Bancolombia y Suramericana nos posiciona como una alianza más atractiva en el mercado.</p>	<p>no ofrecen los tiempo de espera indicada, ni la calidad que la Red Contigo quiere ofrecer a los puntos que día a día se vinculan.</p>
---	---	--	--

Nota: Este análisis DOFA se ha realizado de manera propia por medio de la experiencia que ha adquirido en las prácticas empresariales de la Red Contigo.

### **PARTE III: Planteamiento De Plan De Mejora Respecto A Las Prácticas Profesionales**

#### **2.1. Planteamiento Central Del Informe De Prácticas Profesionales**

Teniendo en cuenta los formatos Hard Discount que han llegado a varios países alrededor de los últimos tiempos para nadie es un secreto que esto ha afectado enormemente el mercado que ya tenían abarcado algunas tiendas de barrio o autoservicios, pequeños empresarios los cuales son identificados en los barrios por las personas que allí viven, es por eso que surge la necesidad de crear un formato el cual brinde un apoyo o apalancamiento para sus tiendas, para que puedan tener un crecimiento y no se vean opacadas por la llegada de este formato ya mencionado anteriormente, para Colombiana de Comercio y/o Alkosto pudo a ver sido más fácil implementar en el mercado un Alkosto Express o un formato similar el cual tuviera un impacto en los mercados de cada sector; sin embargo ellos no evaluaron esa posibilidad, ya que querían ser un apoyo para los pequeños empresarios que ya estaban vigentes en el mercado actual, muchos de ellos ya están desapareciendo al verse afectados por los precios competitivos y las ofertas que tal vez los de más formatos podían ofrecer y ellos no.

Por ende gracias a la creación de esto la Red Contigo ha tenido una buena acogida a nivel nacional, poco a poco va creciendo más, debido a que tiene la facultad de ofrecer servicios los cuales son muy atractivos de cara al cliente, los cuales ponen al autoservicio

que se vincule a la Red como un punto mucho más atractivo, que tiene varios servicios por ofrecer al cliente final, el cual cuenta con calendarios comerciales, implementación de datafono con alianzas a varias franquicias las cuales tienen tasas mucho más bajas respecto al mercado, además de la implementación del sistema POS en el cual se permite hacer la parametrización de los productos que allí venden, la implementación de descuentos o impulsos los cuales son aprobados por marcas en los calendarios comerciales que apliquen durante el año en curso, la implementación de corresponsalía bancaria de Bancolombia si es aprobado por el banco, además de la implementación de venta de seguros SOAT por parte de Suramericana.

Durante las practicas realizadas durante los seis meses en Colombiana de Comercio y /o Alkosto se pudo hacer la mejora de muchos procesos a nivel administrativo, entre los cuales se pueden encontrar cobros a proveedores o alianzas, cobros a clientes por las respectivas vinculaciones, cobros a los servicios técnicos del POS si el cliente autoriza, liquidación de comisiones de Bancolombia y Sura en los tiempos adecuados, y demás tareas administrativas.

Es por ello que se encuentra en la Red Contigo una gran oportunidad para impulsar los puntos a nivel estratégico, ya que el crecimiento que esta red está teniendo a nivel nacional es demasiado importante, cada vez se alcanzan más territorios y el apoyo que se brinda a los

autoservicios es mayor, por ende se ve una oportunidad de implementar o llevar la Red Contigo a niveles internacionales, ya que para nadie es un secreto que formatos Hard Discount hay en todo el mundo, así que hay millones de pequeños empresarios los cuales requieren de un apalancamiento estratégico de una organización la cual pueda guiarlos para sacar su autoservicio y posicionarlo en el mercado como competitivo respecto a los demás.

## **2.2. Importancia, Limitaciones Y Alcances Del Trabajo De Prácticas Profesionales**

La importancia de este plan mejora es bastante amplia, debido a que no sería una tarea sencilla ya que se tiene que ser muy cuidadoso en la forma en que se va a ingresar a los mercados, debido a que son mercados nuevos, desconocidos y amplios, a los cuales debemos llegar y conquistar los autoservicios poco a poco, sin embargo es un proyecto el cual se puede implementar de una buena forma, haciendo las investigaciones de mercado respectivas, para así tener éxito en la expansión.

En cuanto a las limitaciones se puede mencionar que Corbeta cuenta con un factor el cual lo beneficia bastante y son los centros de distribuciones con los que cuentan a nivel nacional, esto permite que el alcance tiene la Red Contigo pueda ser mayor, ya que se facilita los procesos de distribución de productos y demás. Para el caso de llevar la Red a un enfoque internacional se debe tener en cuenta el tipo de alianzas y patrocinios con los cuales se va a contar, que tipo de proveedores estarían a alcance de intervenir a cada punto vinculado y demás.

### **2.3. Objetivo General Del Trabajo De Prácticas Profesionales**

Identificar cuáles son los formatos Hard Discount que amenazan el mercado de los autoservicios en México, para ver la viabilidad de expandir la Red Contigo de forma internacional, para brindar el apoyo que los puntos allá lo requieran para ser competitivos.

#### **2.3.1. Objetivos Específicos**

- Determinar la ubicación exacta dentro de la cual se quiere llegar a implementar la Red Contigo, ya que según a esto se debe hacer una segmentación de mercado para validar que tan viable puede ser esta estrategia de expansión.
- Orientar a cada autoservicio que se vincule a la Red Contigo en cuanto a las estrategias que se van a implementar para hacer crecer su negocio, además de hacer las intervenciones respectivas con las debidas implementaciones de servicios que apliquen para dicho territorio.
- Determinar una proyección de alcance en base a cuantos territorios de dicho país se quiere llegar a expandir, debido a que cada territorio tiene un procedimiento diferente, se deben identificar las marcas aliadas, los canales de distribuciones, las respectivas alianzas y patrocinadores.

### **PARTE III: Contenido Plan De Mejora**

#### **3.1. Propuesta De Mejora**

Teniendo en cuenta el plan mejora se quiere dar la propuesta de llevar la Red Contigo a aspectos internacionales, es importante la expansión que esta tiene actualmente a nivel nacional, pero no estaría nada mal validar fuera de Colombia que formatos hoy en día, los cuales están vigentes en los mercados que pueden estar afectando la economía y el mercado que tiene abarcado los autoservicios o tiendas de barrios que ya estén instaladas. Es por ello que decidí enfocar mi plan mejora en la viabilidad de implementar la Red Contigo en México, actualmente allí hay un formato Hard Discount el cual está creciendo enormemente, ellos ofrecen productos a precios bajos y ya cuentan con varios puntos implementados nivel nacional.

Tiendas 3B es pionera y líder en México del modelo Hard Discount, desde la apertura de nuestra primera tienda en febrero del 2005.

Nuestra estrategia se centra en ofrecer productos de la más alta calidad al mejor precio del mercado. Un modelo que nos permite ser la empresa que crece más rápido en el país y ofrecer al mercado la opción para hacer “una despensa inteligente”. (Tiendas 3B, 2019)

Acá encontramos un claro ejemplo de que formatos Hard Discount si hay actualmente haciendo presencia en los mercados, Tiendas 3B es un formato el cual va creciendo cada vez más, hasta el 2019 tenían más de 1000 tiendas operando a nivel nacional, 9 centros de distribución, 70 socios comerciales, tienen una cobertura bastante alta en cuanto al portafolio de consumo de productos en México, además de que cuentan con presencia en 11 estados

Mexicanos, como lo son Guanajuato, Querétaro, Veracruz, Hidalgo, Puebla, Nayarit, Toluca, Michoacán, Jalisco, Guerrero, y Ciudad de México. (Tiendas 3B, 2019).

Adicional a esta información ya se puede tomar como referencia que puntos son los que están actualmente intervenidos por este formato para así mismo intentar llevar el plan mejora de Red Contigo y brindar el apoyo a autoservicios que se requiere, sin embargo, es bastante importante validar el portafolio de productos que allí se manejan y se consumen a diario por parte de los consumidores, a pesar de que la cultura pueda tornarse algo similar a la colombiana es muy diferente en muchos aspectos, hay que entender detalladamente su cultura, la comida que ellos consumen a diario y los productos que demandan también son diferentes a los del mercado Colombiano.

Por otro lado en cuanto a los servicios que se pueden ofrecer a los autoservicios para que sean más competitivos está en intentar establecer alianzas con bancos con BBVA, Santander o Banamex, ya que son los que mayor posicionamiento tienen en el país, adicional a esto una opción de alianza en cuanto al datafono puede validarse con BBVA, ya que ellos ofrecen la instalación de los datafonos por medio de la operativa retail, la cual permite realizar ventas, devoluciones y cancelaciones, al hacer una negociación y presentar el proyecto de Red Contigo es muy posible que al momento en que ellos vean el alcance al que puede llegar la alianza es muy probable que las tasas que se manejen por cada franquicia sean un poco más bajas respecto al mercado.

### 3.2. Conclusiones

Teniendo en cuenta las conclusiones, pienso que el formato de la Red Contigo es un proyecto más que todo humano, el cual piensa primeramente en la necesidad que tiene el pequeño empresario, el cual está de cara al cliente final, debido a que no es nada fácil enfrenar la competencia que ellos viven hoy en día, pienso que ser competitivos en los mercados cada vez va siendo un tema más complicado, es un tema también de innovación, de ir buscando que quiere la gente consumir, y cuáles son las necesidades que buscan suplir. Además de esto es importante mencionar que el tendero es una de las personas más importantes en el barrio, ya que es aquel con quien los clientes hablan todos los días, lo identifican como la persona que les vende los productos que requieren de primera mano, es aquel con el que muchas veces hablan de temas personales y es por ello que este acercamiento es bastante bueno por la confianza que tiene con los clientes.

Durante las practicas realizadas en ese periodo aprendí demasiado como profesional, pienso que es un proyecto que tiene aún mucho por crecer y por impactar en Colombia, es una propuesta bastante interesante por las alianzas de tantas marcas con la Red Contigo, hay temas por mejorar y procesos que se pueden optimizar, pero a medida que el proyecto va crecimiento todos estos temas se van mejorando.

Así mismo y para finalizar considero que el proyecto de la Red Contigo a nivel internacional podría tener un buen impacto en los mercados, por la propuesta de valor que tiene, ya que muchas tiendas mayoristas se han expandido en los barrios con un formato más express, generando competencia con los pequeños empresarios, esto hace que ellos pocos a

pocos vayan desapareciendo y las tiendas de barrio que estamos acostumbrados a visitar puede que lleguen a desaparecer.

Además de esto se determinó a que lugares exactamente se quiere llevar la Red Contigo, ya que era muy importante identificar donde estaba la presencia de los formatos Hard Discount, por ende se determinar que la expansión será en: Guanajuato, Querétaro, Veracruz, Hidalgo, Puebla, Nayarit, Toluca, Michoacán, Jalisco, Guerrero, y Ciudad de México. Por otro lado y para finalizar se logró identificar que unos de los principales aliados para tener en cuenta en las estrategias de expansión seria BBVA, Santander o Banamex, ya que son los bancos que más fuerzan tienen actualmente en el país.

### 3.3. Referencias

Corbeta. (22 de 02 de 2022). *Corbeta mision, vision , valores* . Obtenido de Corbeta.com.co: <https://www.corbeta.com.co/nuestra-historia>

Red contigo. (22 de 02 de 2019). *Red de autoservicios - Contigo*. Obtenido de ¿Que es la Red Contigo?: <https://www.redcontigo.com.co/>

Tiendas 3B. (2019). *Tiendas 3B*. Obtenido de <https://www.tiendas3b.com/modelo-de-negocio/>

<https://www.bbva.mx/empresas/productos/cobros-y-pagos/terminal-punto-de-venta.html>

## **PARTE IV: Seguimiento De Práctica Profesional**

### **4.1. Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a sus prácticas profesionales**

Durante el periodo de las prácticas y en cuanto a las actividades realizadas, inicialmente se recibió una capacitación en cuanto al tema administrativo de la Red Contigo, se daría un apoyo en cuanto al tema de solicitud de servicios como datafonos, corresponsales Bancolombia y puntos activos con Suramericana, además de esto era de vital importancia hacer el seguimiento indicado para así estar pendiente de las novedades que se fueran encontrando. Además de esto se recibió una capacitación para hacer toda la liquidación de comisiones de Bancolombia y Suramericana, mensualmente estas dos entidades envían reportes de ventas de los puntos activos y en base a eso se debía hacer un cruce vs los cobrado para así saber cuáles eran las comisiones finales de cliente, con este tipo de información ya se podía proceder a hacer los respectivos extractos, los cuales serían compartidos a los clientes para que así ellos puedan generar los cobros correspondientes.

Adicional a esto se recibió una capacitación para hacer todo el tema de negociaciones con cada uno de los proveedores de Corbeta y los aliados a la Red Contigo, con cada uno de ellos se mantiene una negociación diferente, todo esto para generar los cobros, cada uno de los proveedores o aliados da un apoyo económico a la Red Contigo por ser aliados a la misma y por participar de los beneficios que la misma les ofrece, es por esto que se debía hacer seguimiento mensual de la liquidación del cobro que se generaría a cada proveedor, después de esto se debía enviar a aprobación por el mismo, para que cuando se tuviera el aval de cobrar se pudiera generar una negociación en el sistema y de esa esta forma cobrar.

Es importante mencionar que en el desarrollo de cada una de estas actividades se llevar un control de cada cobro realizado tanto al cliente como al proveedor, y adicional se debía presentar un reporte del trabajo realizado cada semana a todo el equipo de la Red Contigo, en donde estaba tanto el director, como la líder comercial, el jefe de ventas, el jefe de asesorías, la jefe de mercaderistas y demás.

#### **4.1.1. Cumplimiento de objetivos**

##### **4.1.1.1. Ciclo 1**

Durante el primer mes, entre el 18 de agosto hasta el 16 de septiembre aproximadamente, recibí toda la capacitación de seguimiento a las implementaciones de servicios, como a la liquidación de comisiones, un reto muy importante al que me tuve que enfrentar fue al analizar tanta información la cual se concentraba en las bases, al ser bases de Bancolombia y Suramericana estas compañías reportaban el general en ventas con cada detalle en cuanto a la aprobación, canal de recaudo, valor de la prima, tomador, NIT y demás; era bastante información con la cual se debía ser cauteloso a la hora de tenerla y así mismo de liquidar.

##### **4.1.1.2. Ciclo 2**

Durante el segundo mes, entre septiembre y octubre aproximadamente asumí un reto mucho más importante el cual era el tema de las negociaciones con cada proveedor, debido a que cada negociación con los proveedores era diferente, se debía conocer al detalle cada una de ellas para validar la forma de liquidar y que parámetros eran los que se debían tener en cuenta a la hora de cobrar, todo se cobraba bajo el panel de Alkosto, así que se debía conocer al detalle la forma de ingresar cada negociación, para esto se recibí una capacitación

para asumir el cargo, fue un reto complicado al principio pero que pude entender y realizar de una buena forma.

#### **4.1.1.3. Ciclo 3**

En el ciclo tres entre el mes de octubre y diciembre recibí el apoyo de una persona la cual me iba a ayudar con todo el trabajo administrativo de la Red, así que durante ese tiempo la capacite en los temas que ella me iba a apoyar, los cuales se basaban en la creación de los extractos de comisiones de Bancolombia y Suramericana, además de recibir todas las carpetas con los papeles de los clientes que se vinculan a la red, para así mismo solicitar los servicios, hacer el debido seguimiento a las implementaciones para resolver las novedades que se fueran presentando.

#### **4.1.1.4. Ciclo 4**

Para finalizar, durante enero a febrero se tuvo en cuenta el inicio de año para solicitar a los aliados como Bancolombia y Suramericana los informes de los incrementos de precios para así validar cual iba a ser la variación de comisiones de cara a Corbeta y al cliente, además de validar las nuevas negociaciones con los proveedores de Corbeta y Aliados a la Red Contigo, ya que se daba inicio a la expansión fase 5 y por ende las negociaciones y los valores a cobrar debían tener un incremento, además de la realización del trabajo final de las prácticas profesionales con la validación de cómo se iba a aplicar el plan mejora internacionalmente.