

**INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL – CENCOSUD S.A.**



JAVIER ANDRÉS SARAY FLÓREZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMAS  
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
VILLAVICENCIO

2020

**INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL – CENCOSUD S.A.**

JAVIER ANDRÉS SARAY FLÓREZ

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

Asesor

MARÍA ANGÉLICA REYES PACHECO

Magister en Derecho Económico Internacional

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

VILLAVICENCIO

2020

**Autoridades Académicas**

**Fray José Gabriel Mesa Angulo O.P**

Rector General

**Fray Eduardo González Gil O.P**

Vicerrector Académico General

**Fray José Antonio Balaguera Cepeda O.P**

Rector Sede Villavicencio

**Fray Rodrigo García Jara O.P**

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

**Julieth Andrea Sierra Tobón**

Secretaria de División Sede Villavicencio

**Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS**

Decano Facultad de Negocios Internacionales

**Nota de Aceptación**

---

---

---

**JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS**  
Decano Facultad de Negocios Internacionales

---

**MARÍA ANGÉLICA REYES PACHECO**  
Tutor trabajo de grado

---

**MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE**  
Jurado

## **Agradecimientos**

En este apartado quiero dar las gracias en primera estancia a mis padres Guillermo Saray y Luz Dary Flórez que han sido mi motor durante este proceso tan importante en mi vida, me han dado la oportunidad de seguir creciendo como persona gracias al apoyo que me dieron desde el primer momento que decidí iniciar con mi carrera universitaria y por haber estado en cada uno de los procesos de mi formación, por cada consejo y sonrisa que me brindaron, también debo agradecer a mi tía Yaneth Flórez por ser una de las personas que más me colaboro, por haber estado ahí a mi lado y por haberme dado la oportunidad de enriquecer mi formación a durante la aventura llamada intercambio.

A la universidad Santo Tomás, que gracias a la academia pude forjarme como profesional a lo largo de los últimos 5 años, a los docentes por ser los mentores en cada una de las asignaturas vistas durante la carrera, a cada uno de mis compañeros con los que compartí risas, angustias y problemas durante mi vida universitaria en especial a Carolina Sepúlveda Vallejo y Tatiana Amaya Roa el cual estuvieron ahí desde el primer día de inicio de clase y que a lo largo de cada uno de los semestres cursados se formó una amistad valiosa, el cual hoy en día agradezco por haberlas conocido y haber sido parte de este proceso de formación profesional.

A Paztoral universitario por ser un eje fundamental ya que desde ahí recibí una formación integra, el cual fue más allá de la parte académica buscando la relación con la parte humana, porque desde ahí pude ejercer labores de liderazgo en diferentes proyectos el cual le aportaron cosas significativas para mi vida, por ultimo quiero agradecer al grupo de liderazgo GAP y a cada una de las personas pertenecientes ya que fueron mentores durante mi último año en la universidad, y me permitieron potencializar cada una de mis habilidades.

**Tabla de contenido**

Resumen .....	10
Abstract .....	11
Introducción .....	12
Justificación .....	13
Objetivos.....	14
Objetivo General .....	14
Objetivos Específicos .....	14
1. Información de la Empresa.....	15
1.1 Nombre y Razón Social .....	15
1.2 Reseña Histórica .....	15
1.3 Misión .....	16
1.4 Visión / Objetivo central .....	17
1.5 Estructura organizacional.....	17
1.6 Mapa de Procesos .....	18
1.7 Portafolio de Productos y Servicios.....	19
2. Funciones Laborales .....	21
2.1 Nombre del cargo .....	21
2.2 Objetivos del Cargo .....	21
2.3 Descripción del área.....	21
2.4 Actividades ejecutadas.....	22
3. Labores Desempeñadas .....	23
3.1 Trabajo de formularios.....	23
3.2 Auditoria Everis.....	25
3.3 Auditoria Wolman .....	27
3.3.1 Auditoria Wolman.....	28
3.3.2 Consolidación de datos para B1 .....	28
3.3.3 Cedula para inactivar .....	28
3.4 Alertas .....	29
4. Pertinencia .....	30
4.1 Administración y procesos .....	30

4.2 Estrategias de mercadeo.....	30
4.3 Comunicación asertiva.....	30
5. Impactos del cargo.....	31
6. Aportes a la empresa.....	32
7. Conclusiones.....	33
8. Referencias.....	34

**Tabla de Ilustraciones**

Ilustración 1 Cronología .....	16
Ilustración 2 Mapa de Procesos Cencosud .....	18
Ilustración 3 Portafolio de Productos y Servicios Cencosud.....	19
Ilustración 4 Logo Jumbo .....	19
Ilustración 5 Logo Metro.....	20
Ilustración 6 Logo Easy.....	20
Ilustración 7 Logo Tarjeta .....	20
Ilustración 8 Formato para Control de envíos de formularios .....	25
Ilustración 9 formato control de errores Auditoria Everis .....	26
Ilustración 10 Correo enviado a Supervisores .....	29

**Tabla de Figuras**

Figura 1 Estructura Organizacional .....	17
Figura 2 Proceso Trabajo de Formularios .....	23
Figura 3 Proceso Auditoria Everis .....	25
Figura 4 Proceso Auditoria Wolman .....	27

## Resumen

De acuerdo a los parámetros establecidos por la Universidad Santo Tomás para optar por el título de Negociador Internacional se toma como medidas para alcanzar este logro la realización de las prácticas empresariales que se llevaron a cabo en la multinacional chilena Cencosud, empresa dedicada al retail financiero que cuenta con más de 50 años en el mercado suramericano con presencia en países como Chile, Argentina, Brasil, Colombia y Perú.

En este trabajo se encuentra la información pertinente en el desarrollo de las prácticas empresariales en Cencosud Colombia bajo el área de Fidelidad y CRM el cual centra su trabajo bajo las tres banderas de la compañía con presencia en todo el territorio nacional con sus más de 98 tiendas como los son Jumbo, Metro e Easy, el cual expone cada una las labores desempeñadas por el estudiante durante su estancia en la empresa, se evidencia cada uno de los aportes y el impacto que le generó la realización de esta opción de grado.

Las prácticas empresariales es un pilar importante para la culminación de la carrera universitaria, ya que a través de la experiencia laboral se complementan las capacidades y destrezas que se han desarrollado a lo largo de esta etapa, permitiendo un encuentro más directo de los diferentes escenarios a los que se debe enfrentar un graduado en el mercado laboral.

**Palabras clave:** Mercado Laboral, aportes, multinacional, práctica empresarial, CRM, Fidelidad, suramericano.

### **Abstract**

According to the established parameters by the University Santo Tomas to opt for the title of international negotiator is taken as steps to achieve this achievement the realization of the business practices that were carried out in the Chilean multinational Cencosud, Company dedicated to financial retail that has more than 50 years in the South American market with a presence in countries such as Chile, Argentina, Brazil, Colombia and Peru.

In this work you will find the pertinent information in the development of business practices in Cencosud Colombia under the area of Loyalty and CRM which focuses its work under the three flags of the company with a presence throughout the national territory with its more than 98 stores such as Jumbo, Metro and Easy, which each exposes the work carried out by the student during his stay in the company, , evidences each of the contributions and the impact generated by the realization of this degree option.

The business practices are an important pillar for the culmination of the university career, since through the work experience the capacities and skills that have been developed throughout this stage are complemented, allowing a more direct encounter of the different scenarios that a graduate in the labor market must face.

**Key words:** Labor Market, contributions, multinational, business practice, CRM, Loyalty, South American.

## **Introducción**

Cencosud Colombia S.A es una multinacional chilena funda en 1962 por Horst Paulman el cual se enfoca en el retail multiformato “es uno de las más grandes y prestigiosos conglomerado de retail en américa latina. Cuenta con operaciones activas en argentina, Brasil, chile, Perú y Colombia, donde día a día desarrollan una exitosa estrategia multiformato que hoy da trabajo a más de 140 mil colaborados” (Cencosud, CENCOSUD, 2017).

El trabajo se centra en el desarrollo de la práctica empresarial como requisito para optar el título de Negociador Internacional de acuerdo a los parámetros establecidos por la universidad Santo Tomás en el reglamento general de opciones de grado de la facultad de Negocios Internacionales en el cual establece las prácticas como opción para optar el título profesional.

En este documento se dará a conocer todo el proceso relacionado a las actividades desempeñadas dentro de la compañía, el cual se llevaron a cabo en el área de fidelidad y CRM, en el documento se plasma cada uno de los procesos en los cuales se tuvo que desarrollar y sobre el manejo que se le dio a cada uno de ellos a través de la formación académica recibida durante el proceso de formación en la universidad.

De igual forma se dará a conocer la información pertinente acerca de la compañía, evidenciando su posicionamiento en el mercado como una empresa de retail multiformato más importante de américa latina a través de sus diferentes áreas de negocios que ha venido ofreciendo al mercado durante los últimos 50 años, y el desarrollo constante en el mercado comercial de Colombia desde sus operaciones en el 2007 enfocado en la gestión de clientes de la empresa a través de su área de Fidelidad y CRM teniendo en cuenta que es uno de los pilares más importantes de la compañía para el desarrollo y crecimiento de la misma.

### **Justificación**

Ser un profesional en Negocios Internacionales requiere tener el conocimiento en diferentes áreas, este proceso es llevado a cabo en la academia a través de cada una de las cátedras impartidas en la universidad, sin embargo complementar este conocimiento requiere de vivencias en diferentes ámbitos tanto personales como laborales, la Universidad Santo Tomás permite a sus estudiantes ser partícipes de un proceso el cual enriquezca su conocimiento a través de las prácticas empresariales logrando un desarrollo de habilidades, destrezas y aptitudes en compañías nacionales o internacionales.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Implementar herramientas adquiridas en el proceso de formación profesional a través de las prácticas empresariales en pro de una sinergia con lo adquirido en la academia, generando aptitudes, habilidades y procesos competentes para el mercado laboral.

### **Objetivos Específicos**

- Desarrollo de actividades asignadas por la empresa para el cumplimiento de las funciones adquiridas.
- Implementación de alternativas de mejora al equipo de trabajo en pro de eficiencia y competitividad del área aplicando procesos formados en la academia.
- Fortalecer habilidades en el desarrollo de las funciones establecidas.
- Creación de estrategias de comunicación en pro de procesos eficientes en el alcance de los objetivos del área.
- Aplicación de aptitudes y destrezas adquiridas durante el proceso educativo.

## **1. Información de la Empresa**

### **1.1 Nombre y Razón Social**

CENCOSUD COLOMBIA

### **1.2 Reseña Histórica**

Cencosud S.A es un consorcio empresarial chileno creado en 1963 por el migrante alemán Horst Paulmann en la ciudad de Temuco Chile, la apuesta nació por la creación de un restaurante de autoservicio denominado Las Brisas, hacia 1970 nace el primer supermercado que vendría a revolucionar la industria chilena y es con la creación del supermercado Jumbo Kennedy, una apuesta innovadora para el comercio ya que podría encontrar una gran variedad de productos en un solo lugar, en 1982 vendría su primera expansión de la marca con la inauguración de Jumbo argentina, de ahí en adelante iniciaría la expansión de Cencosud por américa latina convirtiéndose en una de las cadenas minoritas más grande de la región. (CENCOSUD, 2017)

Hacia 1982 vendría una nueva idea de negocio para la compañía con la construcción de centro comerciales inaugurando en argentina jumbo centro comercial y años más tarde con Mall Unicenter en Chile. En 1993 vendría la inauguración del Mall Alto Las Condes en Chile. Cencosud expande sus áreas de servicios con la apertura de EASY enfocado en la venta de productos y materiales para el mejoramiento del hogar. De ahí en adelante vendría la adquisición de diferentes compañías para lograr su objetivo de ser el retail más importante de américa latina entre las cuales se destacan Protera en Chile y Home Depot en Argentina en el 2002, para el 2003 la compra de la cadena de supermercados chilena Santa Isabel y el lanzamiento de servicios financieros a través de CAT (Cencosud Administradora de Tarjetas), en el 2004 lograría uno de sus avances más significativos y sería la cotización en la bolsa de valores de Santiago de Chile.



Ilustración 1 Cronología CENCOSUD S.A, Adaptado del saber hacer de la compañía (Cencosud, 2016)

En cuanto a la incursión de Cencosud al mercado colombiano se produjo en el año 2007 con la adquisición de casino Guichard Perrachon para el desarrollo del negocio de mejoramiento del hogar EASY Colombia S.A contando en la actualidad con 10 establecimientos en todo el territorio nacional distribuidos en ciudades como Bogotá y Medellín. Para el año 2012 se realizaría la adquisición de las tiendas Carrefour una cadena multinacional francesa permitiendo que Cencosud entre con más fuerza al mercado colombiano posicionándose como la segunda cadena de supermercados más importantes de Colombia, actualmente cuenta con presencia en gran parte del territorio nacional con alrededor de 100 hipermercados bajo las banderas de Jumbo y Metro.

### 1.3 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” (CENCOSUD, 2017).

### 1.4 Visión / Objetivo central

“En Cencosud, nuestro objetivo central es poder convertirnos en el mayor retailer de América Latina y entregar a nuestros cientos de miles de clientes, la máxima calidad de servicio, excelencia y compromiso, los 365 días del año” (CENCOSUD, 2017).

### 1.5 Estructura organizacional

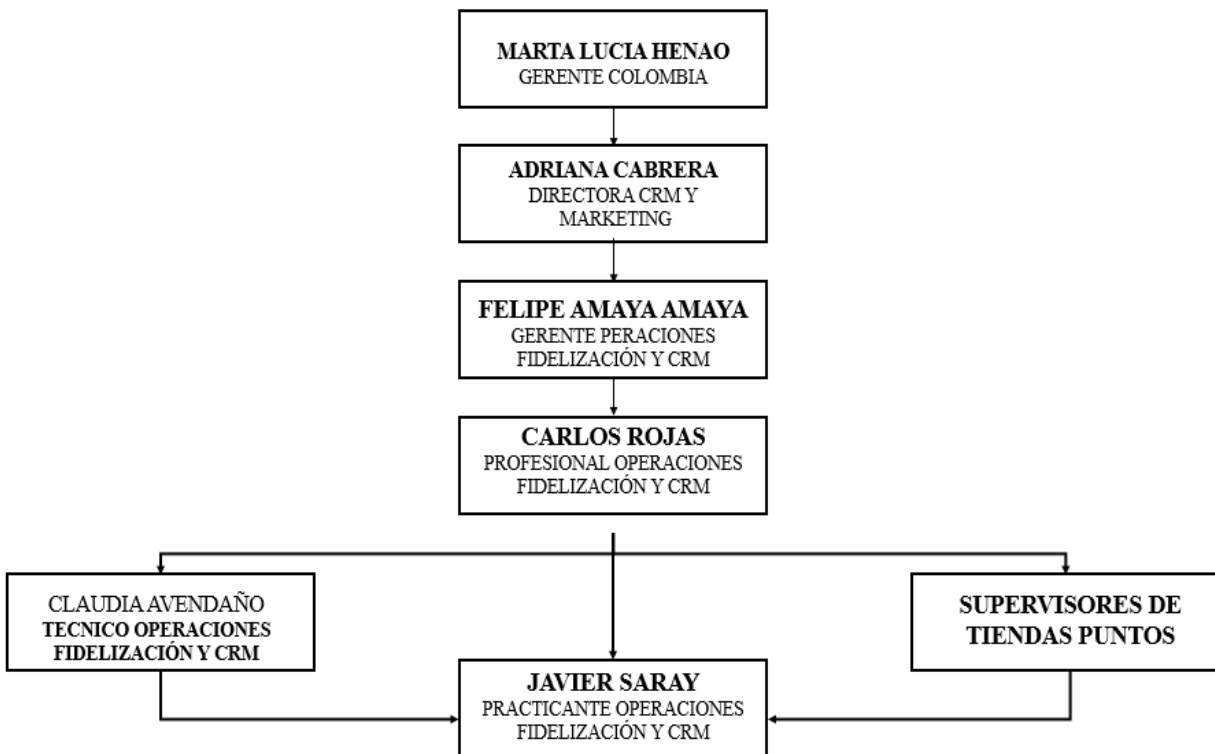


Figura 1 Estructura Organizacional, por Javier Saray, 2020

En la figura 1 se puede evidenciar la estructura organizacional del área de trabajo de fidelidad y CRM, en él se encuentran cada una de las personas con las que se tuvo contacto durante el proceso de aprendizaje en los 6 meses de la realización de las prácticas empresariales.

## 1.6 Mapa de Procesos



Ilustración 2 Mapa de Procesos Cencosud, Adaptado del saber hacer de la compañía (Cencosud, 2016)

Cencosud diseñó el mapa de procesos, en el cual busca definir los que son indispensables para el funcionamiento de la empresa y con ello garantizar un éxito en cada uno de sus servicios ofertados, estos se encuentran divididos en estratégicos, operativos y de apoyo, el cual son necesarios para lograr la satisfacción del cliente, en él se evidencia las partes que están interesadas en el cumplimiento de sus productos y la responsabilidad social de la compañía. La empresa se ha dedicado a la búsqueda de un personal capacitado para ejercer las responsabilidades y funciones que requiere el sistema de gestión. (CENCOSUD, 2017)

El ser de la empresa inicia con el departamento comercial que es el centro de la compañía ya que desde ahí da inicio a toda la cadena de abastecimiento de cada uno de los servicios que se ofrece, en esta se centra las negociaciones con cada uno de los proveedores buscando la mayor rentabilidad posible y que estos puedan llegar a cada una de las banderas comerciales con las que cuenta Cencosud, seguido encontramos a la gestión de cadena de abastecimiento que son los encargados de que cada tienda cuente con la cantidad y variedad de productos el cual comercial logro negociar con cada uno de los proveedores buscando que los clientes tengan la mayor variedad posible. Gestión de ventas son los encargados de determinar cuáles son las necesidades y los deseos

de los clientes y así lograr presentar un producto que se adecue a cada una de las necesidades de ellos y por último esta gestión cliente el área encargada de sostener el desarrollo y crecimiento de la compañía enfocado en crear estrategias para generar satisfacción en cada uno de los consumidores.

### 1.7 Portafolio de Productos y Servicios



Ilustración 3 Portafolio de Productos y Servicios Cencosud, adaptado de (CENCOSUD, 2017)

Cencosud tiene una gran variedad de productos y servicios que ofrece como compañía gracias a las adquisiciones y expansiones que han realizado en los últimos años, sin embargo, en cada uno de los países en los cuales están presente no ofrece todo su portafolio, para Colombia Cencosud ofrece en el mercado los servicios de Supermercados, mejoramientos del hogar y construcción, retail financiero y shopping center.



Ilustración 4 Logo Jumbo, adaptado de (CENCOSUD, 2017)

Supermercados Jumbo: Esta unidad de negocios cuenta 39 supermercados distribuidos en todo el territorio nacional, se destaca por ofrecer una extensa gama de productos entre los cuales incluye marca propia, productos importados y marcas nacionales. Jumbo se ha caracterizado por tener una propuesta de calidad superior, servicio de excelencia y tiendas de primer nivel. Como compañía siempre está brindando lo mejor para sus clientes, por este motivo desarrollo el programa de Puntos Cencosud.



Ilustración 5 Logo Metro, adaptado de (CENCOSUD, 2017)

Supermercados Metro: Esta unidad de negocios cuenta con 38 supermercados distribuidos en todo el territorio nacional, se destaca por su modelo de negocios ya que se centra en ofertas, bajos precios y autoservicio. Enfocados en que los colombianos puedan ahorrar sin sacrificar la calidad de sus productos. Metro ofrece a sus clientes el Club del Ahorro en el cual pueden encontrar precios muchos más bajos.



Ilustración 6 Logo Easy, adaptado de (CENCOSUD, 2017)

Tiendas EASY: Esta unidad de negocios cuenta con 10 establecimientos distribuidos en todo el territorio nacional, están enfocados en el mejoramiento del hogar y construcción. Ofrece un portafolio muy amplio de productos con más de 50.000 mil productos tanto importados como nacionales, se han caracterizado por ofrecer a sus clientes una asesoría personalizada brindando una mejor experiencia a la hora de realizar una compra, adicionalmente cuenta con el programa de Puntos Cencosud.



Ilustración 7 Logo Tarjeta, adaptado de (CENCOSUD, 2017)

Retail Financiero: Esta unidad de negocio está enfocada en tener una relación directa con sus clientes donde al ofrecer apoyo financiero permite generar fidelidad en las diferentes unidades de negocio, de esta forma los clientes pueden acceder a descuentos y beneficios exclusivos. En Colombia es manejada a través de Multibanca Colpatria del Grupo Scotiabank

## **2. Funciones Laborales**

### **2.1 Nombre del cargo**

Practicante CRM Y FIDELIDAD

### **2.2 Objetivos del Cargo**

Durante el proceso de las prácticas empresariales en Cencosud, las funciones que se llevaron a cabo en el área de Fidelidad y CRM estaban enfocadas en el manejo de base de datos de los clientes inscritos al programa de Puntos a través de programas de la compañía como lo son Fidelius, CMS, PQR y Diquality, llevando una comunicación constante con las personas encargadas de la recolección de datos en cada una de las banderas de la compañía, a su vez llevar un control de cada una de estas nuevas inscripciones por medio de un outsourcing que era el encargado de digitar toda la información enviada, el cual la función a desarrollar era prever que se estuvieran haciendo correctamente.

### **2.3 Descripción del área**

Fidelidad y CRM es el área enfocada en la gestión de clientes en buscar la fidelidad y sostenibilidad con las marcas de la compañía a través de diferentes estrategias comerciales buscando un crecimiento económico. Fidelidad se centra en la relación comercial con sus clientes a largo plazo, es decir, como compañía se busca que el cliente se sienta satisfecho con cada uno de los servicios que como marca se le está ofreciendo, es por tal motivo que nace la creación de PUNTOS CENCOSUD enfocado a brindar beneficios, descuentos y promociones exclusivas a todos los afiliados. Este proceso se hace a través de la acumulación de puntos después de cada compra realizada.

CRM es otra parte importante dentro de la compañía y un gran aliado de fidelidad ya que a través del programa de puntos se puede obtener la información necesaria de cada uno de sus clientes como son nombres, correo electrónico, celular y dirección logrando tener un contacto más directo con el consumidor creando una relación más estrecha en el mercado. Esto permite que la compañía tenga una base de datos óptima para futuras estrategias comerciales

#### **2.4 Actividades ejecutadas**

- Auditar la calidad de los datos informados por Wolman de los clientes inscritos al programa de puntos mediante las páginas de la procuraduría y aplicativo Fidelius.
- Auditar la calidad de información que se digita en el proceso de inscripción de clientes al programa de puntos.
- Identificar dentro de la base de datos información desactualizada de los clientes y reportarlos al área de B1
- Enviar a Everis diariamente de los correos electrónicos y direcciones que se ha ido recuperando que se realicen las correcciones correspondientes.
- Diligenciar mediante la App de puntos las inscripciones de los funcionarios que ingresan como nuevos empleados en sede administrativa reportada por recursos humanos.
- Apoyar al reporte de novedades que notifiquen en sus visitas los supervisores del programa de Fidelidad.

### 3. Labores Desempeñadas

#### 3.1 Trabajo de formularios

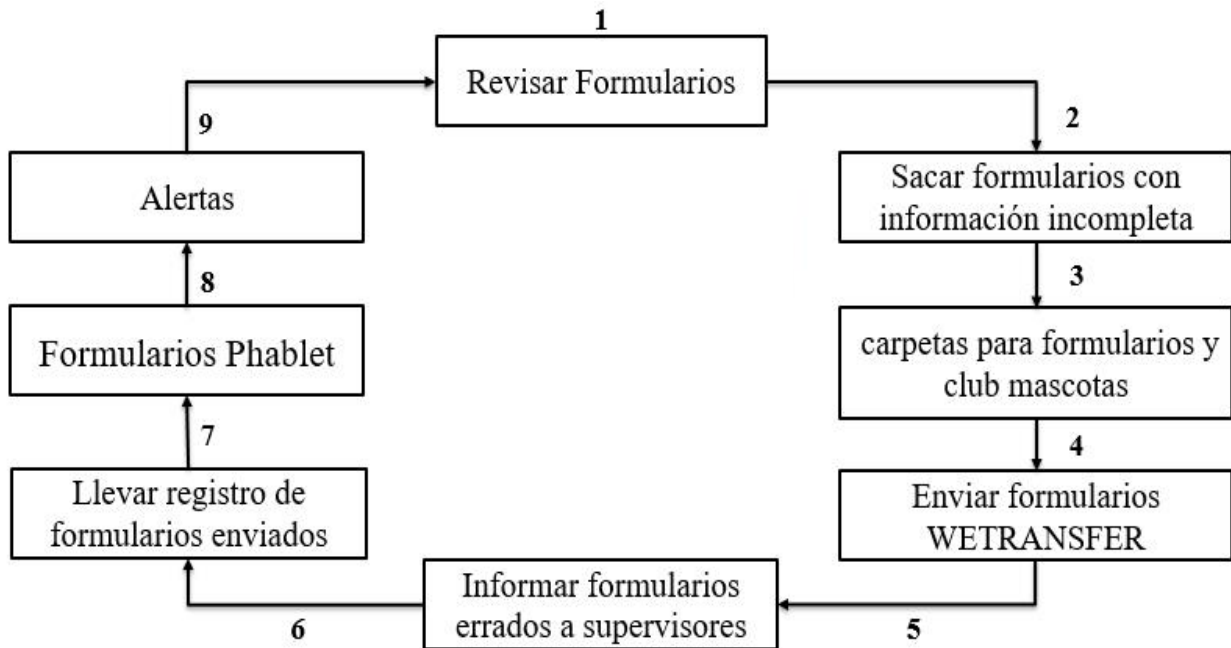


Figura 2 Proceso Trabajo de Formularios, por Javier Saray 2020

Para el área de CRM es importante contar con la información de sus clientes, por tal motivo se tiene el programa de PUNTOS CENCOSUD el cual permite tener a primera mano esa información, cada una de las banderas de la compañía cuenta con su propio programa, para las tiendas JUMBO Y EASY está el programa de puntos y para la cadena de METRO se encuentra el Club del ahorro.

- Puntos Cencosud: programa en el cual los clientes inscritos pueden acumular puntos por cada transacción que realizan.
- Club del ahorro: Programa en el cual los clientes inscritos acceden a precios exclusivos

Durante el desarrollo de las prácticas la función a desempeñar era recibir los formularios enviados por cada una de las tiendas, realizar una revisión a cada uno de ellos, verificar que contaran con toda la información requerida por la empresa, una vez verificada esta información, se debía enviar a EVERIS para que ellos realizaran la respectiva afiliación al programa

Ejemplo de datos que debían llevar los formularios:

- Que tenga marcado el tipo de I.D
- Tener el I.D
- Tener datos de contacto
- Tener la firma
- Que sea legible
- Club mascotas tener marcado el acepto términos y condiciones.

La empresa tiene un contrato con Everis Ltda. para que ellos realicen la digitación de cada uno de los datos proporcionados por las tiendas para la inscripción de nuevos clientes, sin embargo, se debía llevar un control interno de la cantidad de formularios enviados por la empresa, esto con el fin de que no superara la cantidad de clientes inscritos previamente negociados para su digitación.

En el formato se llevaba el registro de formularios enviados por cada una de las tiendas, esto con el fin de medir su participación dentro del área, ya que cada una de las banderas tenía un requisito mensual de inscripciones al programa de puntos y club del ahorro.

Ahora bien, la empresa busca que las tiendas sean autónomas para la inscripciones de nuevas afiliaciones, por tal motivo se les proporcionó el aplicativo PHABLET, un medio para que ellos puedan llevar a cabo esta función a través de la aplicación de la compañía, sin embargo la función a desempeñar era realizar una respectiva revisión a las inscripciones que se hacían a diario con el fin que estas estén correctamente diligenciadas, si por tal motivo se encontraba algún error se debía informar a cada supervisor para que ellos se comunicaran con cada una de las tiendas.

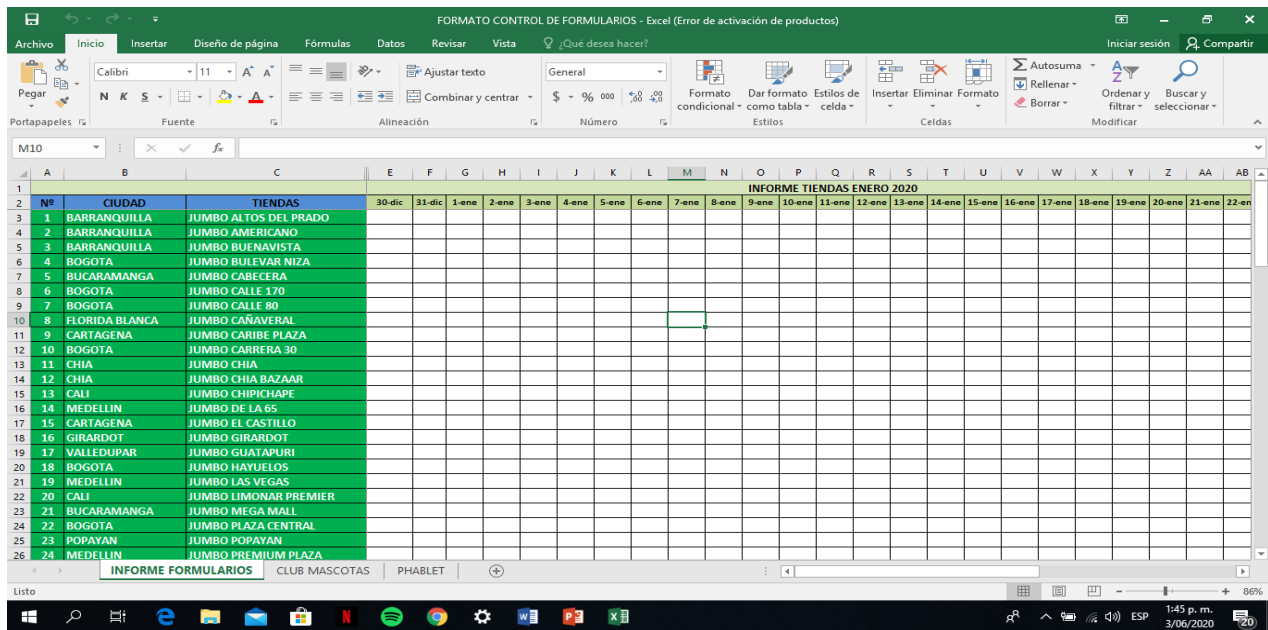


Ilustración 8 Formato para Control de envíos de formularios, por Javier Saray 2020

### 3.2 Auditoria Everis

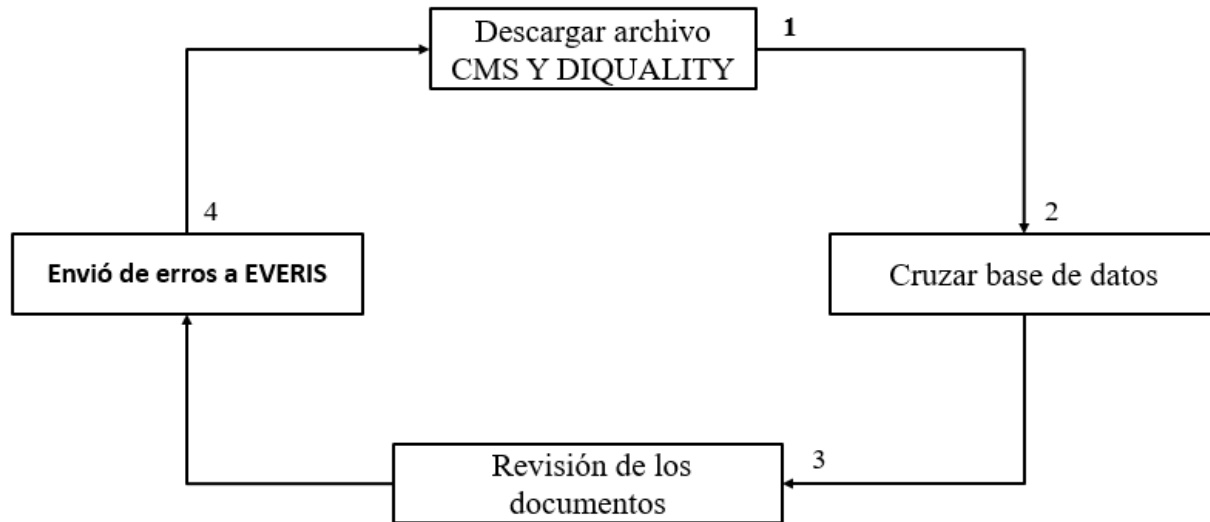


Figura 3 Proceso Auditoria Everis, por Javier Saray 2020

En este proceso lo que se debe realizar es una auditoria al trabajo que desarrolla la empresa Everis Ltda. en cuanto a la digitación de formularios, para el área es importante que los datos de sus clientes queden completamente correctos ya que esto permite ser utilizados en diferentes estrategias comerciales que como área implementa, por tal motivo semanalmente se debía revisar aquellos datos que se encontraban como error, era muy frecuente encontrar errores en correos electrónicos, I.D, números de celular y nombres. Una vez se encontraba este fallo se debía informar a la empresa para que hicieran la respetiva corrección de datos y así garantizar el proceso de inscripción.

AUDITORIA EVERIS							
TIENDA	USUARIO EVERIS	REGISTROS	ACTUALIZACIONES	NOMBRES	APELLIDOS	F. DE NACIMIENTO	N. DE IDENTIFICACION
JUMBO ALTOS DEL PRADO	tiendajumboaltosdelprado@yahoo.com	28	50	X	X	X	X
JUMBO AMERICANO	tienda_jumbo_americano@yahoo.com	40	55	X	X	X	X
JUMBO BUENAVISTA	Pedro Meza	47	69	X	X	X	X
JUMBO BULEVAR NIZA	tienda.jumbo.bulevarniza@hotmail.com	50	39	X	X	X	X
JUMBO CABECERA	Richard Suarez	60	158	X	X	X	X
JUMBO CALLE 170	CRISTIAN ANDRES VANEGAS	-	-	-	-	-	-
JUMBO CALLE 80	CAROLINA CORREA VELASQUEZ	128	69	XIOMARA	BELTRAN	X	1000691972
JUMBO CAÑAVERAL	jumbo.canaverall@hotmail.com	97	154	ROBERTO	SERRANO	X	19477008
JUMBO CARIBE PLAZA	tienda_jumbo_caribepiazza@yahoo.com	-	-	-	-	-	-
JUMBO CARRERA 30	tienda_jumbo_carrera30@yahoo.com	19	20	X	X	X	X
JUMBO CHIA	tienda.jumbo.chia1@gmail.com	316	114	ARBEBY DIDIER JOSE NIREIDY CELINA	LEMUS SANCHEZ BAHAMON VASQUEZ LOPEZ	X	80220038 18616986 79262213 1019046509 35473904
JUMBO CHIA BAZAAR	tienda.jumbo.chia.bazar@gmail.com	107	91	MAURY NANCY CAROLINA DANIEL ANGEL CESAR MARIA	CASTAÑEDA ORDOÑEZ MATALLANA GOMEZ MIRANDA RODRIGUEZ FRANCO	X	1032510623 20401162 52416192 17349316 12623891 80432951 35411654

Ilustración 9 formato control de errores Auditoria Everis, por Javier Saray 2020

En la ilustración 9 se puede evidenciar el control que se lleva de los errores encontrados en el proceso de la auditoria al trabajo realizado por la empresa Everis en la digitación de los datos de los clientes ingresados al programa de fidelidad bajo sus dos modalidades el programa de puntos y el del club del ahorro, en él se debía especificar el tipo de error encontrado ya sea en el número de identificación, nombres, correo electrónico o dirección.

### 3.3 Auditoria Wolman

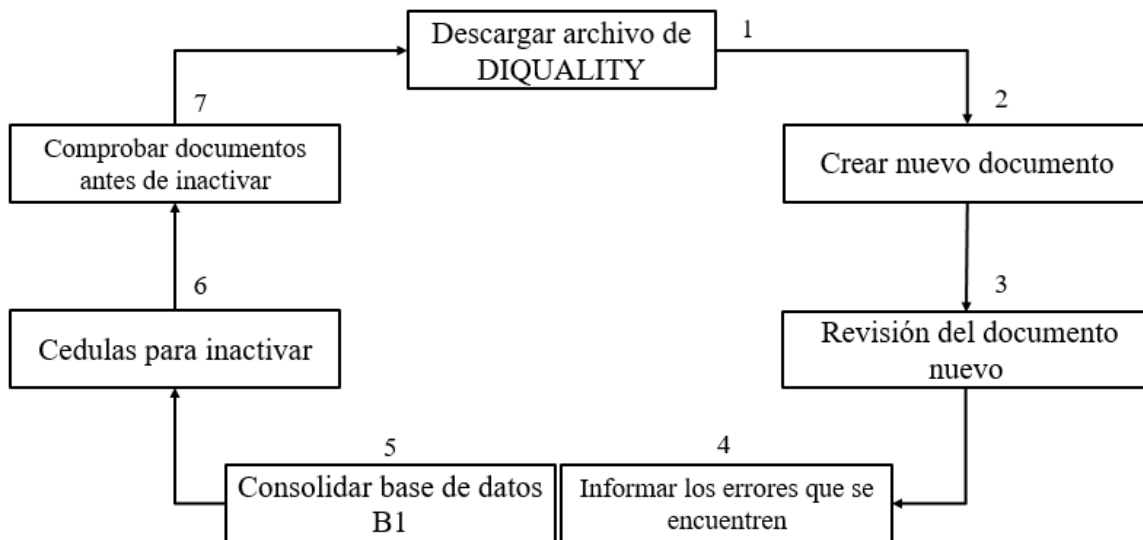


Figura 4 Proceso Auditoria Wolman, por Javier Saray 2020

Wolman es la empresa encargada de realizar la respectiva verificación de los datos una vez que Everis Ltda los haya digitado, ellos son los encargados de revisar que cada información proporcionada por los clientes sea correctos y verdaderos, ya que lo más importante es contar con una base de datos óptima para su uso. Wolman después de realizar la respectiva verificación de la información de los clientes inscritos en su página arrojan un documento donde se encuentra toda la información procesada:

- **Buenos:** Todos los registros que no presentaron algún tipo de error
- **Recuperados:** Registros que presentaron error en digitación y Wolman al hacer la verificación pudo corregir esos problemas:
- **Rechazos:** Errores que se encontraron en el número de identificación (posiblemente pertenecían a otra persona en la base de datos de la procuraduría)
- **Otros rechazos:** Errores encontrados en el número de identificación, no aparecen en ninguna base de datos.

- **Direcciones incompletas**
- **Direcciones erradas:** en la verificación de datos se pueden encontrar direcciones inexistentes o que simplemente les hacía falta algún dato.
- **Direcciones no estandarizarles:** formularios sin dirección
- **Correos electrónicos errados:** no cumplían con los requisitos o no se encontraban completos.

La función a desempeñar durante el proceso en la compañía está dividida en tres partes

### **3.3.1 Auditoria Wolman**

En el proceso de la auditoria de Wolman se debía hacer una comparación con los archivos que suministra Wolman e Everis, lo que se busca mediante esta operación es poder recuperar la mayor cantidad de datos posibles de clientes, esto se hace mediante una revisión detallada a todos los datos correspondientes a Rechazos, Otros rechazos y Correos electrónicos errados. Aquí se debe hacer la revisión de los formularios ingresados por EVERIS y por PHABLET.

### **3.3.2 Consolidación de datos para B1**

El área de CRM maneja toda la información de sus clientes inscritos al programa de puntos, sin embargo, es importante hacer un barrido de toda la información que está incompleta, para eso lo que se debe realizar es una consolidación mensual de la base datos correspondientes a direcciones incompletas, direcciones erradas, direcciones no estandarizables y correos electrónicos errados y enviarlo a B1 para sacar esta información de la base de datos.

### **3.3.3 Cédulas para inactivar**

Son varios las inscripciones que se procesan a diario, sin embargo, mucha de esta información puede estar errada, en este punto se centra en los números de cédulas, lo que se requiere es que la

información suministrada por los clientes corresponda la información que se encuentra en la página de la procuraduría, es decir que los números cedulas coincida con los nombres y apellidos tanto en la tirilla del formulario como en la página. Este proceso se hace con la información suministrada en rechazos y otros rechazos.

### 3.4 Alertas

En las alertas el procedimiento a realizar es dar un aviso a las tiendas que no están haciendo él envío de formularios, ya que a diario se deben realizar afiliaciones. Lo que se debe hacer es un envío del control de los formularios y en él se le anexa un párrafo con algunas recomendaciones que se le hacen a los supervisores para que ellos les informen a las tiendas, estas pueden variar según lo que se encuentre en los formularios, este proceso se hace con el fin que las tiendas hagan él envío de formularios para cumplir con la meta de inscripción mensual.

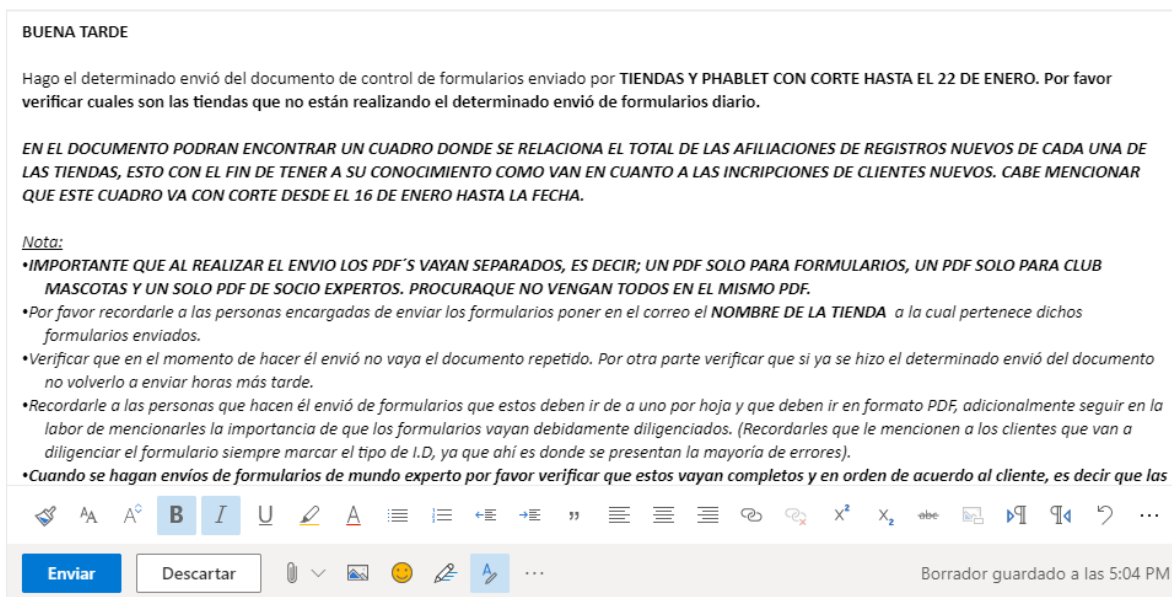


Ilustración 10 Correo enviado a Supervisores, por Javier Saray 2020

## **4. Pertinencia**

De las actividades realizadas durante las prácticas empresariales se puso en práctica diferentes habilidades y conocimientos aprendidos en la academia:

### **4.1 Administración y procesos**

Cada una de las actividades que se realizan requieren de procesos para su desarrollo, lo aprendido en la cátedra fue fundamental ya que esto permitió adaptabilidad a cada situación buscando siempre un proceso para llevar a cabo el desarrollo de cada una de las actividades, permitiendo ser más eficientes en el desarrollo de ellas.

### **4.2 Estrategias de mercadeo**

Fidelidad es una estrategia de suma importancia en mercadeo ya que esto permite traer más clientes a la empresa, dentro de la compañía es un área de suma importancia para el crecimiento y desarrollo de ella a través de diferentes estrategias que se implementan en cada una de las banderas comerciales.

### **4.3 Comunicación asertiva**

Una habilidad importante para el crecimiento personal como profesional, dentro del área de trabajo es de suma importancia tener una comunicación constante con los supervisores de las tiendas, las empresas que trabajan con Cencosud y todo el equipo de trabajo, y así llegar a transmitir el mensaje de una forma asertiva para que se implemente cada una de las instrucciones que se daban.

## 5. Impactos del cargo

Durante la estancia en Cencosud, se tuvo la oportunidad de estar bajo uno de los pilares de la compañía que es el macro proceso en gestión de clientes, en él se tuvo la oportunidad de trabajar en fidelidad y CRM un área importante para la compañía ya que es una base fundamental para el crecimiento económico de ella. En esta se trabaja la parte del impacto a los clientes bajo programas como lo es fidelidad y el impacto que se genera en ellos a través de marketing.

Ser parte del área de fidelidad y CRM dando manejo a la cantidad de base de datos a la que se tiene acceso genere un gran impacto profesional ya que desde ese punto se logra identificar como se mueven las compañías a través de sus bases de datos y lo importantes que son para ellos. Tener acceso a cada una de ellas genera gran responsabilidad en su manejo, ya que por ningún motivo se puede llegar a borrar información del programa.

Una de las habilidades con mayor crecimiento está en la comunicación ya que esto permite un desenvolvimiento constante con cada una de las personas con las que se debe relacionar, desde la labor desempeñada en la empresa la comunicación se vuelve en un eje central para el cumplimiento de las metas a través del constante relacionamiento entre todo el equipo de trabajo.

Por último, la compañía exige tener un buen nivel en Microsoft Excel ya que su uso es indispensable para el manejo de base de datos, esto significó un gran reto personal en cuanto adaptabilidad en su manejo y poder ser más eficiente en las operaciones que se realizan.

## **6. Aportes a la empresa**

El iniciar las prácticas profesionales en una multinacional como Cencosud desde primer momento implicó un reto personal en el cual esperaba dar lo mejor en cada una de las funciones que iba a estar desarrollando durante este proceso de aprendizaje, sin duda el contexto laboral era algo muy diferente a lo aprendido en la academia, es ahí donde se deben potencializar cada una de esas habilidades adquiridas en el proceso de formación. Cencosud por ser una empresa tan grande implica tener la capacidad de desarrollar cualquier actividad y esto debía ser una oportunidad para mejorar a diario.

Durante este proceso se logró hacer varios aportes en las funciones el cual fueron positivos a la hora de realizar cada una de ellas, aplicando procesos más efectivos en las responsabilidades adquiridas, esto permitió tener un contacto más directo entre los diferentes compañeros de trabajo, al crear estrategias grupales en la búsqueda de los objetivos que como área se había trazado. El desarrollo de este proceso que como trabajador de Cencosud se tuvo la iniciativa de exponer en las reuniones con el equipo de trabajo, permitió llevar un control más ordenado en cada una de las labores.

Gracias al equipo de trabajo con el que se contaba se tuvo la oportunidad de opinar y dar ideas para nuevas estrategias para implementar aun sabiendo que era el practicante del área, esto sin duda fue un gran impacto para la experiencia laboral ya que se pudo tener un contacto más directo a la labor que fidelidad estaba llevando a cabo, así mismo junto a ellos se llevó a cabo el desarrollo de un nuevo proceso para los supervisores logrando un trabajo más efectivo en cada una de sus labores, esto sin duda son retos que se convierten en experiencia para el mercado laboral.

Por ultimo durante el proceso de aprendizaje en la compañía se logró establecer procesos para el desarrollo de las funciones del practicante el cual permitiría un mejor manejo de la base de datos a la cual se tenía acceso y a la ejecución de cada una de las labores.

## 7. Conclusiones

Las prácticas empresariales ha sido una experiencia en el cual se logró potencializar habilidades y destrezas en el mundo laboral, el haber iniciado esta etapa en una empresa tan grande como lo es Cencosud, una compañía de retail financiero más importante de Suramérica significo un reto personal ya que se debía estar preparado para afrontar diferentes situaciones con las cuales nunca se había tenido un contacto, teniendo en cuenta que tan solo contaba con lo aprendido en la academia, las practicas generan una expectativa gigantesca el hecho de cómo podría llegar aplicar todo en esta nueva etapa, y lo más importante era evidenciar si todo lo que había aprendido realmente era lo que se iba a ejercer durante este proceso.

Por tal motivo se llega a la conclusión que la academia brinda las herramientas y la información durante el proceso de formación, sin embargo, para poder potencializar todo lo que se ha aprendido las prácticas empresariales son un medio para estar en contacto con el ámbito laboral, desde ahí se adquiere experiencia para cualquier situación, para aprender cosas nuevas que aportan a tu formación profesional.

Las experiencias, los regaños y las retroalimentaciones son un proceso porque el todos deben pasar para enriquecer habilidades y poder potencializar cada destreza en la cual podemos destacar, es ahí donde se aprende a conocer la magnitud de nuestras capacidades, el que tanto queremos avanzar y estamos dispuestos por aprender cosas nuevas, por superarse y lograr destacarse ante un grupo de personas con capacidades iguales o superiores a la tuyas. La práctica empresarial permite crecer como profesionales a través de la vivencia en el mundo laboral

## 8. Referencias

América Retail, (23 de 05 de 2019). *Colombia: Quién es quién, en los supermercados del país.*

<https://www.america-retail.com/colombia/colombia-quien-es-quien-en-los-supermercados-del-pais/>

Cencosud. (2016). *Unidades de negocio.* <https://www.cencosud.com/>

Cencosud. (2017). *Nuestra empresa, Cronología.*

<https://www.cencosud.com/nuestra-empresa/>

Revista Dinero. (s.f.). *Cencosud* . <https://www.dinero.com/noticias/cencosud/660>

América Retail, (23 de 05 de 2019). *Colombia: Quién es quién, en los supermercados del país.*

<https://www.america-retail.com/colombia/colombia-quien-es-quien-en-los-supermercados-del-pais/>