

Experiencia como Aprendiz el Área Comercial en el Grupo Éxito

Por:

Manuela García Salazar

Asesor:

Yasmin Alexandra Vásquez

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Negocios Internacionales

Medellín

2021 02

Índice

Glosario	6
Resumen Ejecutivo	8
Introducción	9
1. Antecedentes	10
2. Empresa Objeto de la Práctica.	14
2.1. Objeto Social	14
2.2. Visión	15
2.3. Misión	15
2.4. Valores Corporativos	15
2.5. Objetivos Estratégicos	16
2.6. Rol Comercial	16
3. Agencia Objeto de Práctica	17
3.1. Cargo Desempeñado	17
3.2. Perfil del Cargo	17
3.3. Objetivo del cargo	18
3.4. Funciones a Realizar	18
3.6. Relación con Otros Cargos	19
3.8. Condiciones de Trabajo	20

3.9.	Entrenamiento	21
3.10.	Competencias	21
3.11.	Responsabilidades	22
3.12.	Deberes	22
3.13.	Riesgos del cargo	23
4.	Características de la práctica	23
4.1.	Justificación	23
4.2.	Objetivo general	25
4.3.	Objetivos específicos	25
5.	Informe Ejecutivo.	26
5.1.	Hacer seguimiento a los informes y canales virtuales	26
5.1.1.	Hacer seguimiento a los informes UEN y canales virtuales	26
5.1.2.	Actualización de resultados de killers.	27
5.1.3.	Actualización resultados descuentos segmentados.	29
5.2.	Realizar proyecciones de detonadores y promociones.	32
5.3.	Consolidar y enviar confirmaciones de proveedores a eventos, listas complementarias, portafolios en la planilla de activaciones comerciales, formatos de prensa y mailing.	33
5.3.1.	Organizar formato mail ahorro, detonadores.	33
5.3.2.	Informe canales virtuales.	34

5.3.3.	Revisión y mailing hogares brillantes	35
5.3.4.	Consolidación de las listas complementarias	38
5.3.5.	Consolidación de portafolios y proyecciones para promociones.	40
5.3.6.	Consolidar y revisar portafolios días temáticos y promociones	41
5.3.7.	Consolidación de confirmaciones a eventos	42
6.	Aportes a mi Formación Personal	44
7.	Aporte a mi Formación Profesional.	45
8.	Conclusiones	46
9.	Recomendaciones.	47
10.	Webgrafía	49

Índice Imágenes

Imagen 3-1 Logo.	13
Imagen 5.1.1-1 Selección de categorías.	22
Imagen 5.1.2-1 Descuento PLU	23
Imagen 5.1.2-2 Descuento N° tirilla	23
Imagen 5.1.2-3 Resultados generals Killers APP	25
Imagen 5.1.3-1 Resultados segmentados	25
Imagen 5.1.3-2 Formato seguimiento ventas.	26
Imagen 5.1.3-3 Resultados descuentos segmentados.	27
Imagen 5.2-1 Detonador	28
Imagen 5.2-2 Tabla dinámica proyecciones.	29
Imagen 5.3.1-1 Formato mail ahorro.	29
Imagen 5.3.3-1 Mailing hogares brillantes.	32
Imagen 5.3.3-2 Portafolio hogares brillantes.	33
Imagen 5.3.4-1 Lista aseo consolidada.	34
Imagen 5.3.4-2 Lista alimentos consolidada.	34
Imagen 5.3.4-3 Formato activadores.	35
Imagen 5.3.4-4 Formato consolidado lista complementaria.	36
Imagen 5.3.6-1 Formato Sabana.	37
Imagen 5.3.6-2 Formato consolidación eventos.	38
Imagen 5.3.6--3 Consolidado cupón.	38
Imagen 5.3.7-1 Confirmación a eventos.	39

Glosario

Detonadores: Son aquellos eventos o promociones que se aplican en los almacenes para llamar la atención del cliente.

Día temático: Se trata de aquellos días especiales designados para realizar promociones y aplicar detonadores, en los almacenes de grupo éxito.

Gestores: Son aquellas personas que se encargan de tramitar las marcas que entrarán a participar en las promociones de los almacenes.

Hogares brillantes: Es el grupo de marcas que participan en el día temático, siendo productos de aseo y alimentos.

Killers: Se trata del grupo de productos que entran en las promociones de los detonadores y días temáticos.

Lista complementaria: Hace referencia al orden de los registros encontrados en la base de datos macro, la cual está organizada por proveedor y productos según los requerimientos.

Mailing: Envío de información publicitaria por correo a un gran número de personas de manera directa y personalizada. (Gestion, 2015).

Negociadores: Son los colaboradores del área comercial encargados de dialogar y concretar las promociones con los proveedores para cada día temático.

Omnicliente: Actualmente los consumidores buscan una marca, sin importar el canal, por lo que el sector retail debe enfocarse en crear una experiencia de compra inteligente (Alimarket, 2019).

Portafolios: Son la recopilación de las marcas participantes en los detonadores con sus respectivos logos, organizados de manera detallada y dinámica, para enviarlo a los negociadores y gestores con la información adecuada de cada elemento.

Proyección: Es un cálculo estimado de cuánto venderá la empresa (ventas físicas o monetarias) en un determinado tiempo en el futuro. En este caso en los días especiales. (ESAN, 2016).

Sinemax: Es el sistema de datos interno de Grupo Éxito, en el cual se encuentran los datos estadísticos de ventas, promociones, detonadores y proveedores.

Tarjeta éxito: Es una tarjeta de crédito con la que podrás sacar plata cuando lo necesites en las cajas de los almacenes del Grupo Éxito, pagar tu cuota de manejo cuando la utilices o tengas deuda pendiente y ahorrar con los descuentos todas las semanas del año en los Almacenes Éxito (Grupo Éxito, 2020)

Resumen Ejecutivo

El presente informe detalla de forma descriptiva, la realización de la práctica empresarial de la estudiante en el Grupo éxito, de tal manera que expone el objeto social y la participación de la compañía en el mercado, teniendo en cuenta las operaciones organizacionales de la misma; de igual manera, se definen las funciones realizadas a lo largo del período académico, su importancia para la empresa y los riesgos que implican estas.

Adicionalmente se relata lo aprendido como estudiante en el ejercicio de su profesión y sus aportes humanos tales como habilidades y valores; generando de esta forma un enlace crítico donde se detalla la importancia de acceder a un aprendizaje integral. De igual manera se argumenta la relevancia que toma en el instructor durante del desarrollo de la práctica. Finalmente se evidencian los resultados de dicha experiencia, los aspectos a trabajar, las aptitudes adquiridas y los aspectos a mejorar en diferentes ámbitos.

Introducción

El proceso de enseñanza mediante la aplicación práctica de las teorías aprendidas es fundamental para lograr un aprendizaje integral; por lo tanto, las prácticas empresariales se convierten en el eje fundamental de la formación académica, es este caso las mismas se llevaron a cabo en el Grupo éxito en el área comercial, cumpliendo funciones esenciales en la dirección operativa y administrativa, lo que permitió realizar una intervención y análisis profundo de la actividad.

El presente informe se desarrolló bajo un enfoque metodológico en el cual se tuvo la oportunidad de realizar un estudio descriptivo cualitativo, utilizando como herramientas de recolección de datos la observación directa y entrevistas a los colaboradores de la compañía, de esta forma diagnóstico permitió visualizar las variables relevantes para la formalización de la estructura organizacional y operativa; asimismo, la identificación de funciones claves que se desarrollan en cada uno de los cargos en área comercial de una empresa del sector retail.

Los resultados del proyecto obedecen a los objetivos planteados, teniendo en cuenta un diagnóstico previo sobre el entorno de la empresa objeto de estudio acompañado de un análisis interno basado en la observación y la participación el cual se puede evidenciar en un informe detallado en el cual se presentan los resultados y conclusiones finales.

Consecuentemente, este informe es el fruto de un proceso colaborativo entre los funcionarios de la organización, estudiantes y docentes quienes realizaron un aporte significativo en la construcción de la propuesta organizativa, convirtiéndose así en un elemento primordial en la mejora de la competitividad empresarial, impactando en el entorno social y el mercado laboral,

generando de esta manera una propuesta de valor significativa para el sector educativo e industrial.

1. Antecedentes

Nuestra historia se remonta desde 1905 con la apertura de Carulla en Bogotá, posteriormente el LEY llega a Barranquilla en 1922 y en 1949, Don Gustavo Toro, abre el primer Éxito en Medellín, ampliando la presencia de nuestra compañía en el país. Gracias al trabajo conjunto de cada una de estas marcas y al desarrollo de los negocios complementarios, hoy somos líderes del retail en Colombia y Uruguay, y contamos con presencia en Argentina.

De España a Colombia, José Carulla Vidal (1874 – 1954), llega a sus treinta años con ánimos de ser empresario. El supermercado, que lleva su apellido, se convierte en uno de los más importantes del país. Luis Eduardo Yepes, se convierte en uno de los comerciantes más prósperos del país. Con sus iniciales le da nombre a la cadena de almacenes LEY. El primer almacén abre sus puertas en Barranquilla, en la calle del Progreso con avenida San Blas.

Un 26 de marzo, don Gustavo Toro, abre el primer Éxito del país en un local de 4x4 m² ubicado en la calle Alhambra #47-07, en el centro de Medellín. Este primer almacén se dedica a la venta de retazos y algunas confecciones, de allí que el negocio textil forme parte de la empresa. Nace la Cadena de Almacenes Colombianos Cadenalco S.A. En las ciudades de Bogotá, Girardot, Ibagué, Neiva, Cali y Pereira los almacenes continúan superándose en ventas. En el año 1962 abre el primer almacén de autoservicio moderno.

En 1969 Vivero nace como una fábrica de camisas, en el local cercano al antiguo Vivero Municipal de Barranquilla. Décadas más tarde, convertido en una cadena de almacenes, ofrece a

los clientes todo lo necesario para el hogar, vestuario y supermercado. El 24 de septiembre de 1993 se constituye la Fundación Éxito para la ayuda y mejoramiento de las condiciones sociales, educativas, cívicas y culturales. 20 años después, fortalece su foco de trabajo en la nutrición infantil.

En 1994 la compañía inicia un proceso de apertura accionaria y desarrolla una estrategia de crecimiento y consolidación para enfrentar los retos de la entrante competencia internacional. Disco Uruguay es la empresa con la que se asocia Grupo Casino en 1997 para crear el primer Géant en Motevideo. Un año después, toman el control del grupo argentino Libertad y comienzan su participación en Almacenes Éxito en Colombia. En asocio con NormaNet, se creó el virtual éxito, sistema de ventas a través de internet. En un principio, solo se incorporaron artículos de juguetería. A finales de 1999 los productos manufacturados estaban incluidos en la tienda virtual. Éxito fue pionero del comercio electrónico.

En 1999 Casino adquiere el 25% de las acciones de Almacenes Éxito y Almacenes Éxito obtiene la mayoría accionaria de CADENALCO, en 2001 Almacenes Éxito y Cadenalco se fusionan; para 2005 comienza el negocio inmobiliario y nace la Tarjeta Éxito. En 2007 Casino obtiene la mayoría accionaria de Almacenes Éxito, Almacenes Éxito adquiere Carulla Vivero. De esta manera Almacenes Éxito realiza emisión internacional de acciones a través de GDS. Viajes Éxito inicia operación.

Seguros Éxito se crea como negocio complementario. Nace el formato Bodega Surtimax. Éxito inicia operación directa de sus Estaciones de Servicio, en 2010 la compañía y Carulla Vivero S.A se fusionan. ÉXITO Express nace como formato. Para 2011, Almacenes éxito inicia

su proceso de internacionalización y adquiere el 100% de las acciones de Spice Investments Mercosur. Compañía propietaria de las cadenas Disco, Devoto y Géant en Uruguay.

En 2012 se inaugura el primer centro comercial de la marca Viva en Medellín y, en 2014, entran en operación 46 almacenes de Súper Inter, la cuarta marca del retail de la compañía. En el mismo año se presenta al país la iniciativa de la Fundación Éxito, Gen cero, para lograr que en 2030 ningún niño menor de cinco años en Colombia padezca desnutrición crónica. En 2013 nace Aliados Surtimax. Móvil Éxito sale al mercado como telefonía móvil. Inicia el servicio de giros internacionales.

En 2015, continuando con su plan de internacionalización, la compañía adquiere el control con derecho de voto de Companhia Brasileira de Distribuição, el mayor retailer de Brasil en las categorías de alimentos, muebles y electrodomésticos y el segundo en comercio electrónico; con las marcas Assaí, Extra y Pão de Açúcar, Ponto Frio, Casa Bahía, y el ciento por ciento (100%) de las acciones de la compañía argentina Libertad S.A., el retailer de alimentos líder de la región de Córdoba. De esta forma, la compañía se convierte en una empresa multilatina y líder del retail en Suramérica.

También se estrena la película “Colombia Magia Salvaje”, inicia operación la empresa de Logística y Transporte (LTSA), se reestructura el programa de Fidelización de Éxito y Carulla y se realiza la primera versión del Mes por la Nutrición Infantil.

En 2016 Nace el formato cash and carry y se abre Surtimayorista, la primera tienda de venta al por mayor de Grupo Éxito en Colombia. También la compañía y el Fondo Inmobiliario de Colombia firman acuerdo de inversión para la creación de Viva Malls, vehículo especializado

en el desarrollo y operación de espacios comerciales en el país. Para 2017 abre Carulla FreshMarket, una apuesta de diferenciación de la marca premium de supermercados. Puntos Colombia nace de la unión de grandes marcas para la creación del más importante programa de lealtad en Colombia.

En 2018, nace Éxito wow, el hipermercado del futuro que combina el mundo físico y virtual. Abre Viva Envigado, el complejo comercial y empresarial más grande del país, que trajo una nueva generación de centros comerciales en el país, basada en la experiencia. Surtimayorista, la central de abastos de la esquina, fortalece su presencia el país.

En 2019 se realiza la venta de la participación indirecta del Grupo en Grupo Pão de Açúcar de Brasil, dentro del proyecto de simplificación de la estructura corporativa llevada a cabo por la casa matriz Casino, Guichard-Perrachon en Latinoamérica, lo que resulta en un nuevo perímetro de consolidación de Grupo Éxito que abarca Colombia, Uruguay y Argentina. Simultáneamente, se crea Carulla SmartMarket el primer laboratorio de "comercio inteligente" en Colombia.

En 2020 nace Misurtii, la cual es una distribuidora con un esquema de operación, venta y soporte digital que pone al alcance de todos, especialmente para los tenderos, una gran variedad de productos de marcas nacionales y marcas propias de Grupo Éxito. App misurtii a su medida, segura y sencilla.

(Grupo Éxito, 2020)

2. Empresa Objeto de la Práctica.

2.1.Objeto Social

- a) La adquisición, procesamiento, transformación, y en general, la distribución y venta bajo cualquier modalidad comercial, incluyendo la financiación de la misma, de toda clase de mercancías y productos nacionales y extranjeros, incluidos artículos farmacéuticos, elementos médicos y afines, al por mayor y/o al detal, o medios físicos o virtuales. Igualmente, le corresponde la prestación de servicios complementarios tales como el otorgamiento de créditos para la adquisición de mercancías, el otorgamiento de seguros, la realización de giros y remesas, la prestación de servicios de telefonía móvil, la comercialización de viajes y paquetes turísticos, la reparación y mantenimiento de bienes muebles, la realización de trámites, y la entrega en arrendamiento o bajo cualquier otro título de locales o espacios comerciales en almacenes, galerías o centros comerciales;
- b) Adquirir bienes raíces con destino al establecimiento de almacenes, centros comerciales u otros sitios adecuados para la distribución de mercancías y la venta de bienes o servicios; edificar locales comerciales para uso de sus propios establecimientos de comercio sin perjuicio de que, con criterio de aprovechamiento racional de la tierra, pueda enajenar pisos, locales o departamentos, darlos en arrendamiento o explotarlos en otra forma conveniente. Así mismo, invertir en inmuebles, promover y ejecutar proyectos inmobiliarios de cualquier tipo y de finca raíz e invertir en ellos, bien sea en forma directa o indirecta, pudiendo constituir sociedades, consorcios o uniones temporales, bien sea en terrenos propios o ajenos, participar en programas o planes de

parcelación, urbanización o división de inmuebles, de vivienda, de centros comerciales, industriales o de oficina, y vender, arrendar o explotar bajo otra modalidad de los respectivos lotes, parcelas, casas, departamentos, oficinas o locales.

- c) Aplicar recursos con fines de inversión para la adquisición de acciones, bonos, papeles comerciales y otros valores de libre circulación en el mercado, a juicio de la Junta Directiva, con el propósito de efectuar inversiones estables o como utilización lucrativa y transitoria, de sobrantes de efectivo o excesos de liquidez;
- d) La distribución de combustibles líquidos derivados del petróleo a través de estaciones de servicio automotrices.

2.2. Visión

Somos un negocio que se adapta a las nuevas formas de consumo de los clientes. A través de la innovación, la transformación digital, las experiencias y la sostenibilidad, respondemos a un entorno competitivo y aportamos al desarrollo de los lugares donde tenemos presencia. (Grupo Éxito, 2020)

2.3. Misión

Es la satisfacción de las necesidades, gustos y preferencias de los clientes, mediante experiencias de compra memorables y garantía de excelencia en servicio, selección de productos, calidad y precio, todo ello en ambientes modernos y con propuestas de valor diferenciadas por formato comercial. (Grupo Éxito, 2020)

2.4.Valores Corporativos

- ✓ Primero el cliente: Atender la necesidades y preferencias del cliente de tal manera que tenga una buena experiencia de compra.
- ✓ Agilidad: Atención eficaz en la resolución de inconvenientes.
- ✓ Innovación: Estar a la vanguardia en la satisfacción de los clientes e implementar nuevos métodos de atención a través de plataformas virtuales.
- ✓ Lograrlo Juntos: Generar un equipo de trabajo integro.
- ✓ Pasión por el resultado: Velar por los buenos resultados.

2.5.Objetivos Estratégicos

Innovación en formatos de valor y en nuevas formas de pago sin fricciones para el cuidado del cliente.

Estrategia omniciente, para ofrecer al cliente lo que quiere, cuando quiere, donde quiere.

Monetización del tráfico, a través de los centros comerciales y programas de fidelidad. Además de los negocios complementarios.

Sostenibilidad: transformación a partir de un negocio que genera valor compartido.

(Grupo Éxito, 2020)

2.6.Rol Comercial

Somos un negocio que se adapta a las nuevas formas de consumo de los clientes. A través de la innovación, la transformación digital, las experiencias y la sostenibilidad, respondemos a un entorno competitivo y aportamos al desarrollo de los lugares donde tenemos presencia.

Somos parte de la plataforma líder del retail más grande de Suramérica, con presencia en Colombia con las marcas Éxito, Carulla, Super Inter, Surtimax, Surtimayorista y Viva, y en Uruguay con Grupo Disco y Grupo Devoto. Además, en Argentina, con Libertad y Paseo.

Contamos con estrategias diferenciales con la que nos adaptamos a las nuevas formas de consumo. (Grupo Éxito, 2020)

3. Agencia Objeto de Práctica

Razón social: Grupo Éxito

Imagen 3-5.1.1-1 Logo.



Logo empresarial, tomado de <https://www.grupoexito.com.co/>

3.1.Cargo Desempeñado

Aprendiz área comercial, apoyando la activación de promociones, realizando proyecciones de ventas en eventos especiales en Almacenes Éxito, dialogar con gestores y negociadores para la planeación de días temáticos.

3.2.Perfil del Cargo

Formación académica: Estudiante de pregrado en comercio exterior, negocios internacionales o carreras afines.

Capacidades: Análisis de base de datos, negociación, comunicación efectiva, orientación al logro.

3.3.Objetivo del cargo

Impulsar la venta de acuerdos comerciales, a través de la relación y comunicación con analistas y negociadores.

3.4.Funciones a Realizar

- Hacer seguimiento a los informes UEN y canales virtuales.
- Consolidar portafolios en la plantilla activaciones comerciales.
- Realizar proyecciones para detonadores y promociones.
- Organizar y enviar formatos de prensa y mailing.
- Consolidar, revisar y enviar portafolios de días temáticos y promociones.
- Consolidar las listas complementarias.
- Consolidar confirmaciones de proveedores a eventos,
- Buscar logos para eventos.

3.5.Insumos Utilizados en el Desarrollo de la Práctica

Durante el desarrollo de la práctica en asociación Grupo éxito, se requiere el uso de diversos sistemas de información para el manejo masivo de datos, por lo que dichos aplicativos los proporciona la compañía, de esta misma manera abastece a sus colaboradores con las herramientas necesarias. Entre los insumos más importantes para el ejercicio de las funciones,

está el equipo de cómputo y bases de datos internas, así como libretas, lapiceros marcadores y demás materiales de oficina

3.6.Relación con Otros Cargos

Principalmente, la relación se consolida con el área comercial, quienes conforman el grupo de trabajo y son el contacto directo durante todo el proceso de aprendizajes, por lo tanto, se debe llevar a cabo las indicaciones orientadas por los superiores para ejecutar de manera correcta los procesos y objetivos del área e informar a la misma acerca del análisis realizado según los datos conglomerados en los diferentes aplicativos.

Igualmente, se tiene una relación importante con los analistas y negociadores de las compañías, con los cuales se debe tener una comunicación efectiva y cuidadosa, teniendo en cuenta la participación de proveedores en los eventos realizados en los almacenes.

3.7.Herramientas y Equipos para la Ejecución del Cargo

Computador.

Software office.

Documentos.

Carpetas.

Útiles básicos de oficina como: lapiceros, corrector, resaltador, grapadora, clips y papeles para notas rápidas.

Acceso a fotocopiadoras

Correo electrónico interno.

Usuario personal del sistema interno de la empresa.

Bases de datos y sistemas de información.

3.8. Condiciones de Trabajo

Se cuenta con condiciones adecuadas para la realización de trabajo en equipo, en las instalaciones de la empresa el practicante cuenta con un espacio de trabajo individual con las herramientas necesarias para realizar las funciones asignadas, el cual cuenta con un escritorio cómodo, silla de trabajo ergonómica, un equipo de cómputo completo y un descansa pies para mejorar la calidad de la posición de trabajo,

Además, debido a la situación actual de salubridad mundial, las instalaciones cuentan con un tapete de desinfección, anti-bacterial, alcohol y termómetro para así tener un control adecuado de los colaboradores, el proceso para ingresar a la empresa es el siguiente:

1. Diligenciar la encuesta de la ARL antes de salir de casa.
2. Al llegar a la empresa se debe realizar desinfección de los zapatos y manos con alcohol y anti-bacterial.

Por otro lado, los puestos de trabajo cuentan con el distanciamiento apropiado al igual que las zonas comunes.

La empresa cuenta con baños totalmente dotados, un comedor el cual es usado en la hora del desayuno y el almuerzo; igualmente cuenta con lockers para que así los colaboradores puedan guardar sus pertenencias.

Por otro lado, se cuenta con el apoyo del equipo de trabajo para la ejecución efectiva de las funciones y actividades asignadas, estos son guías en el proceso de aprendizaje, ya que gracias a sus instrucciones y consejos se realiza un trabajo más efectivo.

Grupo Éxito ofrece un contrato de aprendizaje, además otorga una remuneración de 1 SMMLV; y prestaciones sociales como lo son; ARL y EPS.

3.9. Entrenamiento

Capacitación General

El proceso de entrenamiento se realizó el primer día de labor, el cual estuvo dirigido por el aprendiz anterior, quien se encargó de ilustrar las actividades que llevarían a cabo durante el periodo, igualmente, explicó de manera detallada como se debía desarrollar cada función, de tal forma que se evitaran errores en el futuro.

Por otro lado, expuso los principios y valores de la compañía al igual que la misión y los objetivos del cargo del aprendiz, la capacitación fue concisa y efectiva donde menciono todos los procesos técnicos y el sistema empresarial, además se realizó un recorrido por las instalaciones y se presentó al resto de colaboradores del grupo empresarial. Cabe destacar que el entrenamiento duró cerca de 5 horas las cuales fueron provechosas para comprender las funciones asignadas y modo de operación en las oficinas.

3.10. Competencias

- Recibir y producir información oral y escrita: Comunicación constante con el equipo de trabajo

- Alta capacidad para el análisis de información y así destacar las proyecciones en ventas.
- Atención y concentración: principalmente durante el desarrollo de informes y durante el dialogo con los negociadores.
- Habilidad para solucionar problemas: en caso de presentarse algún inconveniente durante el proceso.
- Habilidad para comprender y valorar la realidad.

3.11. Responsabilidades

Realizar seguimiento constante a los informes detallados en los canales virtuales, para analizar la información allí descrita,

Realizar las proyecciones en ventas para aquellos días donde se presenten eventos especiales, días de promoción o algún detonador en ventas.

Tener comunicación constante con los analistas y negociadores para consolidar, revisar y enviar los portafolios de días temáticos de manera efectiva, evitando posibles errores.

Mantener un informe detallado acerca de los proveedores que van a participar en los días de promociones.

Actualizar constantemente e informar al superior acerca de los resultados de los descuentos killers y segmentados, para esto se debe contar con alta capacidad de análisis de datos y convertirlos en información importante.

3.12. Deberes

Análisis de datos consolidados, para extraer información importante y de interés para el área comercial.

Informar al grupo de trabajo sobre irregularidades, inconvenientes o situaciones que puedan ocasionar algún inconveniente con los negociadores.

Actualizar constantemente los portafolios asignados para los días temáticos y de promociones, de tal manera que esto se encuentren en orden y con la información adecuada.

Tener comunicación asertiva a través del e-mail y enviar en los tiempos adecuados y de manera efectiva los portafolios de prensa.

Realizar en el tiempo previsto las proyecciones para los detonadores y hacer un seguimiento constante a los informes enviados.

3.13. Riesgos del cargo

Errores en la consolidación de portafolios: Estos hacen parte importante del proceso de ejecución del área comercial, por lo que se debe tener cuidado en la revisión y desarrollo de los mismos ya que puede repercutir en un error importante afectando la atención al cliente o inconvenientes con los proveedores.

Errores en el seguimiento de los informes: Este es un aspecto importante ya que a través de estos informes el equipo de trabajo toma decisiones importantes y al incurrir en algún error de comprensión o desactualización puede incurrir en la toma de decisiones equivocadas, afectando las ventas de la compañía.

Errores en los formatos de prensa: Los errores de comunicación en las compañías suelen ser de los más comunes, ocasionando desinformación entre las diferentes áreas, por lo que es importante estar atento y enviar la información adecuada y en el debido tiempo.

Errores con los proveedores: Se debe tener una comunicación asertiva con los mismos y, por otro lado, se debe llevar un seguimiento continuo y eficiente acerca de la participación de estos agentes en los diferentes eventos para evitar confusiones.

4. Características de la práctica

4.1. Justificación

El proceso de aprendizaje debe ser enérgico, congruente con la realidad y sistemático, por lo que, el mismo, comprende diversas etapas, métodos y actividades, que propenden por el buen saber y el efectivo ejercicio de la profesión; atendiendo las necesidades del mundo positivo según el contexto de la sociedad actual y la sinergia de los mercados. Por esto la educación se debe basar en las teorías dadas en el pasado, el desarrollo de las problemáticas presentes y las tendencias del futuro.

En concordancia con lo anterior, para enfrentar las dinámicas que se presentan en el marco empresarial de la comunidad, es importante que los estudiantes formen sus conocimientos basándose en la aplicación de los mismos en un campo real, por lo tanto, las prácticas se convierten en un elemento fundamental para el educando ya que le permiten visionar su oficio desde otra perspectiva, adquiriendo actitudes y aptitudes que lo formaran como un profesional competente para satisfacer el mercado laboral futuro.

Por otro lado, a las compañías les beneficia esta mecánica en la medida que le permite tener en su equipo de colaboradores una persona con ideas innovadoras, con la disposición de aportar cada una de ellas al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la corporación a través de su criterio y capacidad de análisis, adicional a esto, obtiene una ventaja económica ya que al contratar un aprendiz el gobierno otorga auxilios en la disminución de impuestos, además de una reducción en el pago de salarios elevados.

Cabe destacar que, el proceso de aprendizaje empresarial, genera un impacto positivo en la sociedad dado que, es un método bajo el cual se generan oportunidades de empleo y enseñanzas. Además, conlleva a que, en el contexto educativo, las universidades obtengan bases para educar y guiar profesionales según las necesidades del mercado, generando de esta manera mano de obra calificada capaz de desempeñarse con eficacia en el ámbito laboral. Asimismo, con la aplicación de la nueva normatividad esta fase beneficia a los egresados ya que le otorga un valor especial a su currículo.

4.2. Objetivo general

Asistir al área comercial y el impulso de ventas de acuerdos comerciales del Grupo Éxito.

4.3. Objetivos específicos

- Hacer seguimiento a los informes UEN y canales virtuales.
- Realizar proyecciones para detonadores y promociones.
- Consolidar y enviar confirmaciones de proveedores a eventos, listas complementarias, portafolios en la planilla de activaciones comerciales, formatos de prensa y mailing.

5. Informe Ejecutivo.

5.1.Hacer seguimiento a los informes y canales virtuales

5.1.1. Hacer seguimiento a los informes UEN y canales virtuales

Para actualizar el informe se debe ingresar al sistema Sinemax y descargar las 4 bases necesarias para su realización; *Aseo AÑO, Aseo MES, Alimentos AÑO, Alimentos MES*, posteriormente se debe seleccionar los atributos de estructura comercial, geográfica, proveedor, indicadores de ventas, indicadores ventas año anterior, jerarquía mes a día, jerarquía se sublinea a PLU, tipo de negociación, como se enseña en la imagen.

Imagen 5.1.1-1 Selección de categorías.

DETALLES DE SELECCIÓN DINÁMICA

Filtro de informe:
(Dia (DialD) Entre 3/1/2020 y 3/23/2020) y (Sublinea = 59: PASABOCAS, 63: BEBIDAS LIQUIDAS NO ALCOHOLICA, 69: MEZCLAS Y BEBIDAS EN POLVO, 80: CARNES FRIAS/CONGELAD/ Y AREPAS, 81: PANADERIA INDUSTRI Y REPOSTERIA, 83: DERIVADOS LACTEOS, 90: GRANOS CONDIMENTOS, 403: ACEITES Y LECHE, 407: CONFITERIA) y ((Tipo Negociacion Historia) = -1:n/d, 0:Firme, 1:VME sin Inventarios, 2:Concesión, 3:VME con Inventarios, 5:Sin Tipo Negociacion)

DETALLES DE SELECCIÓN DINÁMICA

Selección Dinámica 1: Atributos Estructura Comercial de Sublinea a PLU Ventas
Sublinea, Categoría, Subcategoría, Clase Marca, Marca, Plu
Selección Dinámica 2: Atributos Estructura Geográfica
Cadena
Selección Dinámica 3: Atributos estructura Proveedor
Proveedor
Selección Dinámica 4: Indicadores de ventas
\$ Ventas sin impuestos, \$ Unidades Totales, \$ Dcto Pos sin Impuestos, \$ Contribución
Selección Dinámica 5: Indicadores de ventas año anterior
\$ Ventas sin IVA periodo año anterior, \$ Unidades periodo año anterior, \$ Dcto Pos sin Impuesto Año Anterior, \$ Contribución periodo año anterior
Selección Dinámica 6: Indicadores de Decremento Ventas
Selección dinámica sin respuesta
Selección Dinámica 7: Jerarquía de Mes a Día
(Dia (DialD) Entre 3/1/2020 y 3/23/2020)
Selección Dinámica 8: Jerarquía de Sublinea a Plu
Sublinea = 59: PASABOCAS, 63: BEBIDAS LIQUIDAS NO ALCOHOLICA, 69: MEZCLAS Y BEBIDAS EN POLVO, 80: CARNES FRIAS/CONGELAD/ Y AREPAS, 81: PANADERIA INDUSTRI Y REPOSTERIA, 83: DERIVADOS LACTEOS, 90: GRANOS, 92: BEBIDAS CALIENTE Y ALIM.NATURALS 407: CONFITERIA
Selección Dinámica 9: Proveedor
Selección dinámica sin respuesta
Selección Dinámica 10: Plu Vigente
Selección dinámica sin respuesta
Selección Dinámica 11: Estructura Geográfica
Selección dinámica sin respuesta
Selección Dinámica 12: Tipo de Negociación
-1:n/d, 0:Firme, 1:VME sin Inventarios, 2:Concesión, 3:VME con Inventarios, 5:Sin Tipo Negociacion

Sublinea ID	Sublinea DESC	Categoría ID	Categoría DESC	Subcategoría ID	Subcategoría DESC	Clase Marca	Marca ID	Marca DESC	Plu ID	Plu DESC	Cadena ID	Cadena DESC	Proveedor Nit	Proveedor Nombre	Proveedor Medida	Unidad de Medida
59	PASABOCAS	63	BEBIDAS LIQUIDAS NO ALCOHOLICA	69	MEZCLAS Y BEBIDAS EN POLVO	80	80	CARNES FRIAS/CONGELAD/ Y AREPAS	81	PANADERIA INDUSTRI Y REPOSTERIA	83	DERIVADOS LACTEOS	830024249	SIGNA GRAIN LTDA	50	G

Selección de categorías, tomado de Sinemax, 2021

Posteriormente, se debe abrir el archivo en formato de Excel y guardarlo en OneDrive, actualizar las tablas dinámicas según los lineamientos, una vez finalizado se debe crea un nuevo

Como enseñan las imágenes anteriores se ingresa la vigencia de cada ciclo, inicial y final. Se anexa el PLU de los productos o ID de marca según el caso, en el archivo de Excel se realiza toda la parte operativa, a continuación, se debe buscar en Éxito.com las imágenes correspondientes al PLU del ciclo. Finalmente se debe enviar la información al equipo de trabajo vía e-mail, con copia a los superiores y solicitarles a los mismos los códigos POS para hacer el seguimiento de ventas.

El rastreo a las ventas de los productos publicados en la app, se sacan todos los lunes antes de las 10:00 am y al finalizar la vigencia de cada ciclo, para que los negocios puedan realizar los cobros. Para lo anterior se debe ingresar al sistema interno de la compañía y descargar los informes necesarios. En el caso de las ventas generales se debe tener en cuenta los atributos de estructura comercial, geográfica, proveedor, indicadores de ventas, ventas del año anterior, jerarquías y tipo de negociación.

En cuanto a los descuentos POS se deben ingresar los códigos en la pestaña correspondiente del sistema y descargar las bases, evento de fidelización “mi descuento”, jerarquía mes a día. Una vez obtenidos los archivos se deben buscar las ventas de cada PLU del ciclo correspondiente. Posteriormente se abre el formato de Killers, se organiza la información del ciclo, se copia los informes obtenidos de Sinemax y actualiza las tablas dinámicas. Por último, se envía al equipo de trabajo siempre y cuando sea seguimiento, si es el cierre del ciclo se deberá compartir los resultados a los negociadores y gestores para que realicen los respectivos cobros y copiar a las personas ya mencionadas.

Imagen 5.1.2-3 Resultados generales Killers APP

RESULTADOS GENERALES KILLERS APP CICLO
(Resultados activación con Killer comparada con venta general)

FINAL
* Valores no incluyen impuesto

PERIODO DE TIEMPO:

Plu PluCD	Plu DESC	Marca DESC	\$ Ventas 2020	\$ Ventas 2019
810888	JABON BLANCO SIX PACK	DOVE	\$34.874.546	\$ 10.457.109
225710	PAN INTEGRAL TAJADO	BIMBO	\$ 35.467.655	\$ 26.378.773
80046	MILO NUTRI FIT DOY PACK	MILO	\$ 62.554.298	\$ 13.155.413
592557	ESPARCIBLE CON SAL	RAMA	\$ 40.261.369	\$ 9.092.884
1069453- 1672007	PAPEL HIGIENICO NUEVO AMANECER 30M X ROLLO	FAMILIA	#N/A	#N/A
Total general			\$349.228.571	\$ 202.462.170

Resultados generales Killers APP, tomado de SINEMAX

5.1.3. Actualización resultados descuentos segmentados.

Se toma el portafolio enviado por el superior o se accede desde el sistema para organizar la información y buscar sus respectivas imágenes, para esto se ingresa la vigencia de cada ciclo los PLU o ID, se examina en Éxito.com las imágenes correspondientes al ciclo, se envía la información al equipo de colaboradores y se le solicita al grupo relacional los códigos POS.

Imagen 5.1.3-1 Resultados segmentados

Ciclo	Plu PluCD	Plu DESC	Marca DESC	Presentacion	Descuento en la app	Vigencia
a #3 - Anivers	MARCA	EN LA MARCA TRONEST 25% DCTO EFECTIVO PUE	TRONEST		30%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	1227278	CAFÉ MOIDO SUAVE	MATIZ	340G	30%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	1227279	CAFÉ MOIDO BALANCEADO	MATIZ	340G	30%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	1227280	CAFÉ MOIDO INTENSO	MATIZ	340G	30%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	1227281	CAFÉ MOIDO FUERTE	MATIZ	340G	30%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	598994	CAFÉ MOIDO BALANCEADO COLINA	JUAN VALDEZ	340G	25%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	1527487- 152	EN GALLETAS WAFER DE LA MARCA VIERA	VIERA		35%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	713062	CHOCOLATE NEGRO 70% SIN AZUCAR	VALOR	100G	30%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	741911	ACEITUNAS SIN HUESO DOY PACK	FLORESUR	350G	30%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	1298683	CERVEZA EN LATA SIXPACK Vol de alcohol 4.8%	EICBBAUM	1980ML	35%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	1603306	VINO LAMBRUSCO BLANCO	LAMBRUCO	750ML	30%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	1603307	VINO LAMBRUSCO ROSADO	LAMBRUCO	750ML	30%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	MARCA	EN VINOS MARCA FRONTERA	FRONTERA		45%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	MARCA	EN VINOS MARCA SANTA RITA 120	SANTA RITA 120		35%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	424316	2 PAQUETES DE RUEDITAS FACIALES PRECIO ESP	POMYS	UETE X 120 UNIDA	25%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	865746	BLANQUEADOR PUREZA CITRICA	CLOROX	3800ML	45%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	218491	DETERGENTE EN POLVO ULTRA	TOP	5000G	35%	28 de febrero al 16 de marzo
a #3 - Anivers	472812	NOS TAMPON DIGITAL SUPER 12X20 P ESP	NOSOTRAS		50%	28 de febrero al 16 de marzo

Resultados segmentados, tomado de bases de datos Grupo Éxito.

Imagen 5.1.3-3 Resultados descuentos segmentados.

RESULTADOS GENERALES DESCUENTOS SEGMENTADOS APP CICLO

* Valores no incluyen impuesto

PERIODO DE TIEMPO

Piu PiuCD	Piu DESC	Marca DESC	\$ Ventas Actual	\$ Ventas Anterior	% Crec. Ventas	\$ Valor Venta Activada con Killer
22574	EN LA MARCA TRONEST 25% DCTO EFF	TRONEST	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
1227278	CAFÉ MOLIDO SUAVE	MATIZ	\$ 4.101.518	\$ 3.934.810	4%	\$ 533.533
1227279	CAFÉ MOLIDO BALANCEADO	MATIZ	\$ 22.592.468	\$ 9.792.743	131%	\$ 1.786.200
1227280	CAFÉ MOLIDO INTENSO	MATIZ	\$ 9.882.962	\$ 7.352.579	34%	\$ 739.600
1227281	CAFÉ MOLIDO FUERTE	MATIZ	\$ 4.742.131	\$ 5.941.182	-20%	\$ 504.433
598994	CAFÉ MOLIDO BALANCEADO COLINA	JUAN VALDEZ	\$ 143.902.225	\$ 77.873.880	85%	\$ 10.435.341
1527487	GALLETAS WAFER CACAO DE LA MAR	VIERA	\$ 1.701.488	\$ -	#DIV/0!	\$ 152.619
1527488	GALLETAS WAFER CARAMELO DE LA	VIERA	\$ 2.319.342	\$ -	#DIV/0!	\$ 155.344
1527489	GALLETAS WAFER CHOCOLATE DE LA	VIERA	\$ 2.574.231	\$ -	#DIV/0!	\$ 163.518
1527634	GALLETAS WAFER FRAMBUESA DE LA	VIERA	\$ 2.028.550	\$ -	#DIV/0!	\$ 144.446
713062	CHOCOLATE NEGRO 70% SIN AZUCAR	VALOR	\$ 5.585.082	\$ 7.647.593	-27%	\$ 646.412
741911	ACEITUNAS SIN HUESO DOY PACK	FLORESUR	\$ 20.372.705	\$ 12.700.102	60%	\$ 1.383.370
1298683	CERVEZA EN LATA SIXPACK Vol de alc	EICBBAUM	\$ 9.626.920	\$ 47.714.661	-80%	\$ 2.304.228
1603306	VINO LAMBRUSCO BLANCO	LAMBRUCO	\$ 4.109.953	\$ -	#DIV/0!	\$ 69.200
1603307	VINO LAMBRUSCO ROSADO	LAMBRUCO	\$ 11.707.874	\$ -	#DIV/0!	\$ 190.300
53313	EN VINOS MARCA FRONTERA	FRONTERA	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
8954	EN VINOS MARCA SANTA RITA 120	SANTA RITA 120	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
424316	2 PAQUETES DE RUEDITAS FACIALES P	POMYS	\$ 16.246.382	\$ 9.607.791	69%	\$ 803.201
865746	BLANQUEADOR PUREZA CITRICA	CLOROX	\$ 62.591.382	\$ 20.804.813	201%	\$ 7.394.409
218491	DETERGENTE EN POLVO ULTRA	TOP	\$ 111.706.650	\$ 58.329.996	92%	\$ 14.273.084
472812	NOS TAMPON DIGITAL SUPER 12X20 P	NOSOTRAS	\$ 21.318.096	\$ 12.038.231	77%	\$ 5.967.075
Total general			\$ 688.365.052	\$ 423.676.666	62%	\$ 62.381.813

Resultados descuentos segmentados, tomado de sistema Sinemax.

Por último, se copian los resultados en el archivo en el sistema y se remite al equipo de trabajo siempre y cuando sea seguimiento, si es el cierre del ciclo se comparten los resultados a los negociadores y gestores para que realicen los respectivos cobros dejando en copia a las personas encargadas.

5.1.4. Consolidar los portafolios en la planilla

En la macro se deben ingresar los ciclos Killers, se incorpora el portafolio del sistema en la pestaña de planificación, posteriormente se accede a activaciones comerciales en la cual se selecciona el evento a trabajar e ingresa la información adecuada teniendo atención al detalle,

basándose en si el producto se encuentra en exhibición o no, para ingresar los datos correctos en el macro.

5.2. Realizar proyecciones de detonadores y promociones.

En el portafolio de detonadores se consolidan las ofertas que los negocios proponen o que están descritos en la macro, y en el archivo de Excel se debe realizar un concatenado de la información. Como se muestra en la imagen.

Imagen 5.2-1 Detonador

DETONADOR 3 AL 5 DE ABRIL											
SUBLINEA	ID CATEGORIA	DESC CATEGORIA	ID SUBCA	DESC SUBCA	ID MARCA	DESC MARCA	DESCUENTO	CONCATENAR	OBSERVACION	VIGENCIA	CORREO
92	9256	CAFE			24518	D'ORIGENN	20%			3 al 5 de abril	Vanessa Toro
95	9508	VINOS			14168	ALIWEN	30%	95950814168		3 al 5 de abril	RE: Activacion -
95	9508	VINOS			8954	SANTA RITA 120	30%	9595088954		3 al 5 de abril	RE: Activacion -
95	9508	VINOS			24076	TRES MEDALLAS	30%	95950824076		3 al 5 de abril	RE: Activacion -
95	9504	CERVEZAS			20043	BITBURGER	25%	95950420043		3 al 5 de abril	RE: Activacion -
95	9504	CERVEZAS			20909	KOSTRITZER	25%	95950420909		3 al 5 de abril	RE: Activacion -
95					21162	DICTADOR	25%	9521162		3 al 5 de abril	RE: Activacion -

Detonador; tomado de sistema Sinemax

Se procede a descargar las ventas generales, el superior siempre comparte las fechas del año anterior para realizar la proyección de cada fin de semana. Se debe señalar los atributos de estructura comercial, geográfica, proveedor, indicadores de ventas, jerarquías y tipo de negociación, se concatena la información según lo necesitado sublinea-marca, o si se debe hacer sublinea-categoría-marca, o sublinea-categoría-subcategoría-marca. A medida que se va haciendo en concatenado en cada nivel se realiza BUSCARV, con el fin con el fin de encontrar el concatenado del portafolio en la base que se utiliza, y saber cuáles aplicaron en la vigencia del portafolio. Adicional, cuando se encuentre los valores que aplica se adicionan seleccionálos y se

hace uso de la función SI, para que facilite filtrar en la tabla dinámica y obtener la proyección para el detonador.

Se procede a realizar la tabla dinámica a la cual se le debe dar un orden de mayor a menor, en un diseño clásico, como se evidencia en la imagen, finalmente estas proyecciones se deben compartir todos los lunes a primera hora al jefe encargado y a todo el equipo comercial.

Imagen 5.2-2 Tabla dinámica proyecciones.

Valores			
Marca DESC	Suma de \$ Ventas sin impuestos	Suma de # Unidades Totales	
RINDEX	\$ 117.419.329	11.068	
PRESTOBARBA	\$ 98.493.574	7.409	
ORAL-B	\$ 69.664.842	5.359	
OLIOSOYA	\$ 54.056.304	5.724	
RAMA	\$ 49.860.058	10.087	
GILLETTE	\$ 47.244.794	2.617	
LA FINA	\$ 26.966.829	7.108	
CONAZONI	\$ 25.014.243	3.959	
HAZ DE OROS	\$ 18.195.349	7.297	
ETERNA	\$ 13.189.591	3.277	
SALVO	\$ 11.668.269	1.899	
SANPIC	\$ 7.087.183	863	
DONA TORTA	\$ 4.757.344	779	
TASK	\$ 3.070.331	534	
KLORANE	\$ 834.412	16	
Total general	\$ 547.522.452	67.996	

Tabla dinámica proyecciones, tomado de base de datos Grupo Éxito.

5.3.Consolidar y enviar confirmaciones de proveedores a eventos, listas

complementarias, portafolios en la planilla de activaciones comerciales, formatos de prensa y mailing.

5.3.1. Organizar formato mail ahorro, detonadores.

Imagen 5.3.1-1 Formato mail ahorro.

GEN	VIGENCIA OFERTA		DESCRIPCION DE LA OFERTA	¿CUÁNTO ES EL ESTIMADO DE VENTA ESTA OFERTA?	MARCA DE LA OFERTA	MEDIO DE PAGO	PLU	UNIDADES DE LA OFERTA	KILOS DE LA OFERTA	PRECIO ANTES	PRECIO OFERTA	AHORRO	PPTO DE VENTAS	RESTRICCIONES/LEGALES /OBSERVACIONES	PO DONDE SE ENCUENTRA	
	INICIO	FINAL														
PGC																ADJUNTO

Formato mail ahorro, tomado de base de datos Grupo Éxito

Se debe llenar el formato de la siguiente manera:

En la vigencia coloca la duración del evento, inicio - fin

En descripción de la oferta, se coloca la mecánica, es decir, descuento – productos - marcas y se finaliza con “y muchas referencias/marcas más”

NOTA. En este paso se debe escoger las marcas que más se venden.

El estimado de ventas se debe preguntar al analista de activación comercial, o a los jefes Luis Eduardo Londoño y Adriana del Socorro Castaño.

En medio de pago se debe especificar si es con Tarjeta Éxito (TE) u Otro medio de pago (OMP).

En restricciones se debe colocar los legales ya establecidos, y en caso de que tengan exceptos o que solo aplique a un PLU.

Po donde se encuentra, se debe indicar si se adjunta las imágenes de la oferta o la ruta en donde las personas de mercadeo puedan encontrar la imagen.

Adicionalmente, se debe buscar en Éxito.com las imágenes del PLU o el producto de la marca seleccionada, copiarla y pegarla en una herramienta office ya sea Power Point o Word, y guardar el archivo en la carpeta correspondiente, se procede a enviar la información al equipo de trabajo, y se comparte el portafolio del próximo lunes de vida sana con los demás encargados del proceso.

Se debe realizar una reunión con los analistas para escoger las marcas a comunicar en el mailing del próximo lunes de Vida Sana, una vez se tengan seleccionadas, se organiza el formato con sus respectivas fotos y se envía al resto del equipo de trabajo.

5.3.2. Informe canales virtuales.

Para realizar este informe, se debe descargar los siguientes archivos: Ventas por Transacción año/mes actual y anterior y Rappi año/mes actual y anterior, se deben escoger los atributos adecuados para darle forma al macro, en el caso de ventas por transacciones se debe tener en cuenta estructura comercial tiempo (mes o año), geográfica (cadena y sub-zona), estructura comercial, jerarquía mes a día, compañía, estructura geográfica (Surtimax, Carulla, Éxito, Carulla Express, Súper Inter) y tipo de transacción.

En el dinámico de ventas de dirección a PLU- Rappi, se anexan los atributos de estructura comercial tiempo, geográfica (cadena, sub-zona), jerarquía mes a día, estructura comercial y geográfica (Carulla, Éxito, Éxito Express, Carulla Express, Súper Inter). Se procede a abrir el formato de Excel en la carpeta correspondiente, se actualizan las bases de año y mes, se inserta

primero aseo y luego alimentos después ventas por transacción y Rappi, se crea la tabla dinámica según la información recolectada con las fechas actualizadas.

Se copian las nuevas tablas dinámicas y se pegan en un nuevo libro de Excel el cual, se deberá subir en el sistema en la carpeta correspondiente para que así todos tengan acceso al informe. Por último, se envía un correo con el hipervínculo a todos los negocios para que estos estén enterados de la nueva actualización.

5.3.3. Revisión y mailing hogares brillantes

Cada jueves a la 1:30 pm se debe realizar una reunión con el superior y el negocio para revisar el portafolio del martes próximo, con el fin de validar como están de promociones o si hay que reforzar, dado el caso que se tenga buena base, se escoge de una vez las marcas para comunicar. Igualmente, se debe citar el mismo día a las analistas para realizar la misma revisión del portafolio el cual será comunicado el próximo martes.

En este caso, se debe descargar la sabana de descuentos, filtrando el martes a revisar y las sublineas indicadas para validar el portafolio, se debe tener comunicación constante con mercadeo para tener conocimiento acerca de los espacios disponibles en cada publicación para seleccionar los bodegones.

A partir de la información recopilada con los desarrolladores se procede a organizar el mailing como se describe a continuación.

Imagen 5.3.3-1 Mailing hogares brillantes.

GEN	VIGENCIA OFERTA		DESCRIPCION DE LA OFERTA	¿CUÁNTO ES EL ESTIMADO DE VENTA ESTA OFERTA?	MARCA DE LA OFERTA	MEDIO DE PAGO	PLU	UNIDADES DE LA OFERTA	KILOS DE LA OFERTA	PRECIO ANTES	PRECIO OFERTA	AHORRO	PPTO DE VENTAS	RESTRICCIONES LEGALES OBSERVACIONES	PO DONDE SE ENCUENTRA	
	INICIO	FINAL														
PGC																ADJUNTO

Mailing hogares brillantes, tomado de sistema Sinemax

Llenar el formato de la siguiente manera:

En la vigencia coloca la duración del evento, en este caso inicia y termina el martes

En descripción de la oferta, se coloca la mecánica, es decir, descuento – productos – marcas.

El estimado de ventas se debe preguntar al analista de activación comercial, o a los jefes Luis Eduardo Londoño y Laura Gaviria.

En medio de pago se debe colocar si es con Tarjeta Éxito (TE), otro medio de pago (OMP), plata y puntos o solo puntos.

En restricciones se debe colocar los legales ya establecidos, y en caso de que tengan exceptos o que solo aplique a PLU.

Po donde se encuentra, se debe indicar si adjuntas las imágenes de la oferta o la ruta en donde las personas de mercadeo puedan encontrar la imagen.

Una vez listo el portafolio se debe revisar con la encargada para posteriormente enviarlo con las imágenes en una carpeta comprimida a todo el equipo comercial, toda esta información debe enviarse cada lunes en la mañana.

Posteriormente se toma el portafolio del próximo martes de hogares brillantes y se estructura de la siguiente manera:

Elimina las columnas de Proveedor, Mc, Exhibiciones, Almacenes, Observaciones

Filtra en PLU las celdas vacías y resalta en amarillo

Filtra los descuentos 2da unidad con % y resalta también amarillo

Filtra los descuentos con % entre 15-50 y verifica que si tengan la X con Tarjeta Éxito

Si hay productos el mes, resáltalos con rojo

Por último, ordena por color

Imagen 5.3.3-2 Portafolio hogares brillantes.

FECHA	SUB	SUBCA	DESC SUBCA	CATEGORIA	DESC CAT	MARCA ID	Marca	MECÁNICA	TARJETA ÉXITO
TODO MARZO	96			1310	SHAMPOO 1 EN 1	3004	DOVE	30%	X
TODO MARZO	96			9614	BALSAMOS Y ACONDICIONADORES	3004	DOVE	30%	X
TODO MARZO	97			9710	DETERGENTES	53142	RINDEX	50%	X
10/03/2020	96			9613	SHAMPOO	5085	JOHNSON S	DDCTO FLEJE ANIVERSARIO	
10/03/2020	96			9613	SHAMPOO	5085	JOHNSON S	PLATA Y PUNTOS	
10/03/2020	405			40519	LIMPIAPISOS	8925	SANPIC	30%	x
10/03/2020	97					9453	TOP	30%	x
10/03/2020	97				SUAVIZANTES DE ROPA	2655	DERSA	30%	x
10/03/2020	97	1011		9710	DETERGENTES LIQUIDOS	2655	DERSA	30%	x
10/03/2020	98	1110		9811	SEDA DENTAL CON CERA	24674	AMPM PLUS	20%	x

Portafolio hogares brillantes, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Se destina el portafolio al equipo comercial dejando en copia a los superiores, en otro correo se remite el portafolio con las piezas de comunicación aprobadas al equipo encargado de este proceso. Finalmente se toma el portafolio final y se envía al encargado de organizar las exhibiciones, siempre dejando en copia a los jefes. Cabe destacar que constantemente llegan comunicaciones las cuales deben ser revisadas con en el analista para comparar y dar las observaciones o el OK.

Lista alimentos consolidada, tomada de base de datos Grupo Éxito.

Una vez consolidado se envía nuevamente a cada activador, para que este las remita a los negociadores, posteriormente este reenviara las listas separadas por negociador en el siguiente formato:

Imagen 5.3.4-3 Formato activadores.

										NUTRESA		KELLOGG		BAVARIA		
										PLU	ESTRATEGIA	PLU	ESTRATEGIA	PLU	ESTRATEGIA	
										124952- 981821	INNOVACION	432164	\$18.950		PENDIENTE	
										981897- 582554	INNOVACION	544253	\$18.950			
										142225- 5812	INNOVACION					
										234594- 234611	INNOVACION					
										63	6	26	31			
COD.DEP	Cod dsp	ZONA	CIUDAD	NOMBRE DEPENDENCIA	CLIENTE OBJETIVO	EXITOS VOV	SEGMENTACION CON PRECIO / CALIDAD	FORMATO	TOPOS PASILLO CENTRAL DIEGO	MONTECELLO NEGOCIACION	KELLOGG	PONY MALTA CEREAL NEGOCIACION	CONTADOR	TOP PC		
28	028	Medellin	MEDELLIN	ÉXITO DEL ESTE	ALTO		CALIDAD	HIPERMERCADOS	0				0			
30	030	Medellin	BELLO	ÉXITO BELLO	MEDIO		CALIDAD	HIPERMERCADOS	0				0			
31	031	Medellin	MEDELLIN	ÉXITO COLOMBIA	ALTO		CALIDAD	HIPERMERCADOS	0				0			
33	033	Medellin	MEDELLIN	ÉXITO POBLADO	ALTO	1	CALIDAD	HIPERMERCADOS	0				0			
35	035	Medellin	ENVIAGADO	ÉXITO ENVIAGADO	ALTO	1	CALIDAD	HIPERMERCADOS	0				0			
37	037	Medellin	MEDELLIN	ÉXITO LAURELES	ALTO		CALIDAD	HIPERMERCADOS	1	1			0			
39	039	Medellin	MEDELLIN	ÉXITO SAN ANTONIO	MEDIO		CALIDAD	HIPERMERCADOS	0				0			
40	040	Medellin	ITAGUI	ÉXITO ITAGUI	BAJO		PRECIO	HIPERMERCADOS	0				0			
41	041	Costa A	ARRANQUILL	ÉXITO BARRANQUILLA	BAJO	1	CALIDAD	HIPERMERCADOS					0			
42	042	Medellin	RIONEGRO	ÉXITO RIONEGRO	ALTO		CALIDAD	HIPERMERCADOS	0				0			
43	043	Costa B	SINCELEJO	ÉXITO SINCELEJO	BAJO		CALIDAD	HIPERMERCADOS	0				0			
44	044	Cartagena	CARTAGENA	ÉXITO CARTAGENA	MEDIO		CALIDAD	HIPERMERCADOS	0				0			

Formato activadores, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Esta información se debe consolidar en el formato correspondiente, y según las indicaciones dadas, al culminar, el consolidado debe ser enviado a cada activador, finalmente el activador de aseos y alimentos envía el formato con las exhibiciones, para separarlas por proveedor y remitirlas nuevamente a ellos y así comunicar una información exacta a cada proveedor.

Aquellas que no sean encontradas deben ser buscadas en el sistema interno de la compañía, teniendo en cuenta los atributos necesarios, una vez encontradas y organizadas, en una hoja nueva se pega toda la información obtenida con el fin de hacer la proyección y crear la tabla dinámica, por último, se toman los portafolios y proyecciones (marcas confirmadas y faltantes) para encadenarlo a los superiores encargados.

5.3.6. Consolidar y revisar portafolios días temáticos y promociones.

Para realizar la sabana de súper productos, se debe enviar el formato al equipo de mercadeo con las ofertas que se tendrán en cuenta en los días temáticos de promociones, con sus respectivas imágenes y antes de enviarlo este debe ser revisado con el jefe y realizar las modificaciones correspondientes.

Imagen 5.3.6-1 Formato Sabana.

GEN	IGENCIA OFERTA		DESCRIPCION DE LA OFERTA	¿CUÁNTO ES EL ESTIMADO DE VENTA ESTA OFERTA?	MARCA DE LA OFERTA	MED ID DE PAG	PLU	UNIDADES DE LA OFERTA	RESTRICCIONES/LEGALES /OBSERVACIONES
	INICIO	FINAL							
PGC	28-feb	28-feb	Papel Higienico Familia Nuevo Amanecer X 15 Rollos x 26 mts a \$12.990 ó \$10.990 + 200 pts cfu PVP regular: \$21,750	\$1.637.394.958	Familia		1069453	150.000	SOLO APLICA EN PLU: 1069453, 1672007
PGC Comercial adicional	28-feb	28-feb	Gana 10 veces el puntaje por compras en YOGURES, KUMIS, AVENAS, MANTEQUILLAS, QUESOS AUTOSERVICIO, CREMAS DE LECHE, AREQUIPES, POSTRES LISTOS marca ALPINA	\$150.000.000	ALPINA			10.000	No aplica en las marcas FINESSE, BONY, YURT, REGENERIS, ALPINITO, BOGGY.
PGC Comercial adicional	28-feb	15-mar	PAPEL HIGIENICO TRIPLE HOJA X 12 ROLLOS DE 40M cfu MARCA ÉXITO A \$9.990	\$570.857.143	ÉXITO		1675759	80.000	SOLO APLICA EN PLU: 1675759
PGC	28-feb	28-feb	Papel higienico Rosal Tulipan triplehoja x 15 rollos x 22 mts \$9.950 ó \$7.950 + 200 pts cfu pvp regular \$16.300	\$1.254.201.681	ROSAL		1673984	150.000	SOLO APLICA EN PLU: 1673984
PGC	28-feb	28-feb	Invitación 80% de descuento pagando con la Tarjeta Éxito, o 70% de descuento con cualquier medio de pago, en la segunda unidad de asites PREMIER, leches líquidas COLANTA, arroz CASTELLANO, azúcar MAYAGUEZ, pastas DORIA, frutos secos LA ESPECIAL, café COLCAFE, gaseosas COCA COLA, cervezas HEINEKEN, pañales HUGGIES, crema dental COLGATE LUMINOUS WHITE, papel higiénico premium FAMILIA, desodorantes DOVE, cuidado capilar H&S, suavizante AROMATEL, detergentes ARIEL y 300 marcas más.	\$15.000.000.000				100.000	Agregar legal de licores. No aplica en productos a precio insuperable. No aplica en ofertas ni en productos con Puntos Colombia. Descuento no acumulable con otros descuentos. No aplica en Delicatessen.
PGC	28-feb	3-mar	ARIEL en polvo x 4kg o ARIEL líquido x 2R a \$19.950 cfu ó \$17.950 + 200 puntos cfu	\$1.475.294.118	ARIEL		Plu 802468 y ARIEL 2it	80.000	SOLO APLICA EN Plu 802468 y Plu 31110

Formato Sabana, tomado de base de datos Grupo Éxito

Para los eventos se debe consolidar el banco de ofertas, donde están todas las marcas que saldrán en los cupones, los activadores indican cuales son las marcas y proveedores que

participarán en estos, adicional a esto, se debe buscar los logos para cada cupón, esta información debe ser enviada a las analistas, teniendo en cuenta la clasificación (oro, plata, bronce)

Imagen 5.3.6-2 Formato consolidación eventos.

GEN	Nit Proveedor	Proveedor	Cod SUBLINEA	NOMBRE SUBLINEA	Cod CATEGORÍA	NOMBRE CATEGORÍA	Cod SUBCATEG. G.	NOMBRE SUBCATEGORÍA	Cod MARCA	NOMBRE MARCA	LOGOS	Plu	Excepciones	Seg Geografic	%Dcto
PGC	830040709	COMERCIALIZADORA NACIO	59	PASABOCAS					3919	FRITO LAY	X				20%
PGC	830040709	COMERCIALIZADORA NACIO	59	PASABOCAS	5956	FRUTOS SECOS			3919	FRITO LAY	X				20%
PGC	830040709	COMERCIALIZADORA NACIO	59	PASABOCAS					6418	MARGARITA	X				25%
PGC	830040709	COMERCIALIZADORA NACIO	59	PASABOCAS					1578	DETODITO					25%
PGC	830040709	COMERCIALIZADORA NACIO	93	GALLETAS Y HARINAS					22072	CHOKIS					30%
PGC	830040709	COMERCIALIZADORA NACIO	59	PASABOCAS					3163	NATUCHIPS	X				20%
PGC	830040709	COMERCIALIZADORA NACIO	59	PASABOCAS					1696	DORITOS	X				20%
PGC	830040709	COMERCIALIZADORA NACIO	59	PASABOCAS					2833	MANIMOTO	X				25%

Formato consolidación eventos, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Al finalizar, el área de mercadeo compartirá los cupones y doble página para validarlos y mencionar las observaciones finales o el visto bueno.

Imagen 5.3.6-3 Consolidado cupón

Imagen 5.3.6-3 Consolidado cupón.

CLASIFICACIÓN	#	GEN	PROVEEDOR	MARCA	CATEGORIA PARTICIPANTE	SUBLINEA	BOLSA CONFIRMADA	BOLSA A REDIMIR			
GOLD	1	PGC	FAMILIA	FAMILIA	PAPEL HIGIENICO						
				NOSOTRAS	PROTECCION FEMENINA		\$	500.000.000	\$	450.000.000	
				PEQUEÑIN	PAÑITOS						
	2	PGC	UNILEVER	REXONA	DESODORANTES						
				AROMATEL	SUAVIZANTES		\$	411.000.000	\$	369.900.000	
				DOVE	CUIDADO CAPILAR						
	3	PGC	PROCTER	H&S	CUIDADO CAPILAR						
				ARIEL	DETERGENTES		\$	1.170.000.000	\$	1.053.000.000	
				GILLETTE	PRODUCTOS PARA LA AFEITADA						
	4	PGC	BAVARIA	PONY MALTA	MALTA			\$	70.000.000	\$	63.000.000
				AGUILA	CERVEZAS		\$	440.000.000	\$	396.000.000	
				STELLA ATROIS	CERVEZAS						
	5	PGC	COLGATE	COLGATE	CUIDADO ORAL						
				PROTEK	JABONES DETOCADOR		\$	600.000.000	\$	540.000.000	
				SUAVITEL	SUAVIZANTES						
	6	PGC	NESTLE	MILKO	MODIFICADORES						
				MAGGI	CALDOS Y SOPAS		\$	385.000.000	\$	346.500.000	
				NESCAFE	CAFE						
	7	PGC	NUTRESA	SALTIN NOEL	GALLETAS						
				CHOCOLISTO	MODIFICADORES		\$	600.000.000	\$	540.000.000	
				COLCAFE	CAFE						

Consolidado cupón, tomado de base de datos Grupo Éxito.

5.3.7. Consolidación de confirmaciones a eventos

Según el formato dado se debe consolidar las confirmaciones que los proveedores realicen para los eventos, ellos se encargan de indicar las personas con cedula y empresa que van asistir, una vez se tenga toda la información, esta debe ser remitida a los superiores.

Imagen 5.3.7-1 Confirmación a eventos.

CONFIRMACION ASISTENCIA PRESENTACION EVENTOS		
NOMBRE Y APELLIDOS	CEDULA	EMPRESA

Confirmación a eventos, tomado de base de datos Grupo Éxito.

6. Aportes a mi Formación Personal

El desarrollo de la práctica profesional en el Grupo Éxito, se ha convertido en una oportunidad de aprendizaje y crecimiento como ser humano, ya que, al realizar una inmersión en el ámbito laboral, se tiene la oportunidad de enfrentarse a diversos retos, a nivel profesional y personal, los cuales se convierten en experiencias enriquecedoras a partir de las cuales se adquieren nuevos valores y habilidades.

Como e personal, he cultivado mi paciencia, la tolerancia a situaciones adversas y he adquirido la habilidad de trabajar bajo presión manteniendo mis límites, llegando a un equilibrio en lo que soy como profesional y mis principios como persona, durante este tiempo he aprendido acerca de la importancia de la comunicación para no incurrir en malos entendidos.

Esta vivencia, me ha brindado la oportunidad de convertirme en una profesional más integra actuando acorde a mis principios y valores, potencializando de esta forma mis destrezas, por medio de las experiencias vividas lo que me permitió adoptar la audacia para enfrentar nuevos desafíos cada día, con valentía, respeto y dedicación, con el fin de aportar a la construcción de una mejor sociedad.

Por otro lado, durante este tiempo he conocido personas que han aportado a mi desarrollo personal, a través de sus enseñanzas, consejos y el compartir, permitiéndome ser parte de un increíble grupo de trabajo donde todos hacen una parte fundamental de él, aportando cada uno su labor con el fin de cumplir los objetivos propuestos.

7. Aporte a mi Formación Profesional.

Durante el proceso como aprendiz en el Grupo Éxito, pude desarrollar mis habilidades como profesional en negocios internacionales, puesto que tuve la oportunidad de exponer los conocimientos adquiridos a lo largo de mi formación académica en un contexto real, donde se toman desafíos en el marco común del sector empresarial, especialmente en procesos de evaluación comercial.

En congruencia con lo anterior, gracias a mi experiencia en el grupo empresarial mencionado comprendí la importancia de las necesidades del mercado, como captarlas y satisfacerlas, por lo tanto, como negociadora me enfrenté al reto de aplicar aquellas enseñanzas, generar nuevos conocimientos y estar en constante movimiento con la realidad.

Al desarrollarme como profesional aprendí a tener un pensamiento crítico, ya que cada proceso necesita del análisis para la toma de decisiones, las cuales impactan los procedimientos que se llevan a cabo dentro del Grupo Éxito, afectando la efectividad de las operaciones administrativas. Asimismo, desarrollé habilidades blandas como la tolerancia al trabajo bajo presión y la gestión del tiempo las cuales me han ayudado a desempeñar mis funciones con eficacia.

Gracias a este grupo empresarial tuve la oportunidad de explorar la importancia del área comercial de las compañías, los métodos de operación que este utiliza para llevar a cabo sus estrategias, generar valor agregado y satisfacer las necesidades y deseos del cliente, como negociadora internacional esta es una experiencia importante para desarrollar procesos de venta y experiencia al cliente.

8. Conclusiones

El informe realizado es el resultado de un cúmulo de actividades y procesos desarrollados durante seis meses en el Grupo Éxito, de los cuales se puede inferir que, el ámbito empresarial requiere de profesionales óptimos capaces de enfrentar los retos que el mercado actual requiere, por esto la formación debe ser dinámica y enfocada hacia la satisfacción de las necesidades del mercado global moderno.

Adicionalmente, cabe destacar que la agencia objeto de practica está actualizada y en pro de mejora para lograr sus objetivos manteniendo los principios y valores bajo los cuales fue fundada, teniendo un crecimiento continuo, teniendo la capacidad de generar conocimiento y brindar experiencias como propuesta de valor a la sociedad y a la academia.

Asimismo, es un grupo empresarial importante en el mundo internacional, generando valor en la venta retail de sus productos, teniendo proveedores de calidad y brindado oportunidades de crecimiento para su equipo de colaboradores, proveedores, clientes y la sociedad en general, a través de sus estrategias innovadoras en mercadeo.

Por otro lado, cabe destacar la importancia del desarrollo de la praxis en el marco educativo, ya que esta permite generar un pensamiento crítico basado en el análisis de acción reacción, lo cual es fundamental en el desenvolvimiento del aprendiz en su profesión como negociador internacional. Teniendo como finalidad un aprendizaje integral a través del conjunto de teorías, métodos, habilidades y valores que se adquieren durante este proceso.

9. Recomendaciones.

El proceso de realización de prácticas profesionales, comienza en el instante desde que se sincronizan las reuniones con la coordinación de prácticas de Negocios Internacionales de la universidad, con el fin de brindar asesorías para llevar a cabo un proceso efectivo y a partir de allí se desarrollan un cúmulo de actividades encaminadas a cumplir el objetivo; por lo tanto, se recomienda:

A la coordinación de prácticas, realizar capacitación a los estudiantes con profesionales en reclutamiento, de esta manera los aprendices tendrán una visión más clara acerca de los procesos de selección de cada empresa e igualmente esto servirá para brindar un mayor apoyo moral.

Al docente asesor se le recomienda continuar con su dedicación ya que su acompañamiento ha sido continuo, atendiendo todas las inquietudes del aprendiz y estando atento al proceso del mismo dentro de la empresa.

En cuanto a la empresa agencia de prácticas, dentro del marco de su actividad se le sugiere plantear un orden al desarrollo de sus procesos de tal manera que se optimicen los tiempos de entrega de cada informe, involucrando una mayor coordinación en el desarrollo de cada actividad.

Así mismo, se sugiere continuar brindando oportunidades a los aprendices de ejercer sus conocimientos y guiarlos por el mejor camino para que se desarrollen como personas integrales, contribuyendo a la construcción social.

Al programa de Negocios Internacionales se le recomienda tener más espacios prácticos que contextualicen al estudiante en el sector real, en legislación aduanera y el sector empresarial; esto ayudará a que el aprendiz tenga un pensamiento crítico y mayor capacidad de análisis según las situaciones que se presenten.

10. Webgrafía

Alimarket. (20 de 06 de 2019). Alimarket. Obtenido de Alimentación:

<https://www.alimarket.es/alimentacion/noticia/299995/el--omnicliente---el-siguiente-paso-de-l-a-omnicanalidad>

ESAN. (30 de 06 de 2016). Conexionesan. Obtenido de Ventas:

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/proyeccion-de-ventas-como-base-para-el-plan-de-compras/>

Gestion. (2015). Digitalización. Obtenido de <https://www.gestion.org/que-es-el-mailing/>

Grupo Éxito. (2020). Obtenido de <https://www.grupoexito.com.co/>

Grupo Éxito. (2020). Obtenido de <https://www.grupoexito.com.co/>

Logo empresarial, tomado de <https://www.grupoexito.com.co/>

Selección de categorías, tomado de Sinemax, 2021

Descuento PLU, Tomado de sistema SINEMAX

Descuento N° tirilla, tomado de sistema SINEMAX

Resultados generales Killers APP, tomado de SINEMAX

Resultados segmentados, tomado de bases de datos Grupo Éxito.

Formato seguimiento ventas, tomado de, base de datos Grupo Éxito.

Resultados descuentos segmentados, tomado de sistema Sinemax.

Detonador, tomado de sistema Sinemax

Tabla dinámica proyecciones, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Formato mail ahorro, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Mailing hogares brillantes, tomado de sistema Sinemax.

Portafolio hogares brillantes, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Lista aseo consolidada, tomada de base de datos Grupo Éxito.

Lista alimentos consolidada, tomada de base de datos Grupo Éxito.

Formato activadores, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Formato consolidado lista complementaria, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Formato Sabana, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Formato consolidación eventos, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Consolidado cupón, tomado de base de datos Grupo Éxito.

Confirmación a eventos, tomado de base de datos Grupo Éxito.