

**Apoyo administrativo en la Empresa Colombiana de Comercio S.A  
CORBETA, en la Unidad de Negocios Alkomprar**

**Carlos Andrés Pérez Torres**

**Universidad Católica Luis Amigó  
Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables  
Administración de Empresas  
Medellín  
2021**

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

**Apoyo administrativo en la Empresa Colombiana de Comercio S.A  
CORBETA, en la Unidad de Negocio Alkomprar**

**Carlos Andrés Pérez Torres**

**Experiencia de práctica empresarial para optar al título de administrador de  
Empresas**

**Asesor:**

**James Alberto Marulanda Patiño**

**Magíster en Administración de Empresas**

**Universidad Católica Luis Amigó**

**Administrador de Empresas**

**Medellín**

**2021**

## Tabla de Contenido

Introducción .....	8
1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA .....	9
1.1 Descripción de la Empresa.....	9
1.2 Nombre. ....	9
1.3 Ubicación. ....	9
1.4 Actividad.....	9
1.5 Descripción de su posición e importancia dentro del sector económico propio. 9	
1.6 Reseña histórica de la Empresa.....	10
1.7 Estructura organizacional.....	11
1.8 Misión. ....	12
1.9 Visión.....	12
1.10 Valores Corporativos .....	12
2. DESCRIPCIÓN Y UBICACIÓN DEL CARGO QUE SE DESEMPEÑA.....	13
2.1 Nombre y Definición del cargo.....	13
2.2 Ubicación Dentro de la Estructura de la Empresa (Estructura Jerárquica)...	13
2.3 Funciones Asignadas (Roles del Cargo). ....	14
3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LAS TAREAS DESARROLLADAS.....	16
Actividad Específica del Área o Departamentos donde se Trabaja.....	16
Tareas que se Encomendaron en Cada Caso.....	16

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

Relación de la Tarea con su Formación como Profesional.....	16
4. METODOLOGÍA .....	17
4.1 Descripción de procedimientos empleados para realizar la experiencia de práctica.....	17
5. RESULTADOS.....	20
5.1 Competencias del saber o del hacer desarrolladas en la empresa. ....	20
5.1.1 Competencias del ser. ....	20
5.1.2 Competencias del saber.....	20
5.1.3 Competencias del hacer. ....	21
5.2 Aportes a la empresa.....	22
5.3 Logros .....	22
5.4 Dificultades .....	22
5.5 Conclusiones.....	23
5.6 Recomendaciones .....	23
BIBLIOGRAFÍA .....	25
GLOSARIO .....	26
ANEXOS .....	28

**Lista de Figuras**

Figura 1: *Estructura organizacional unidad de negocio - Alkomprar*. .....11

Figura 2. *Organigrama Área Comercial Alkomprar*. ..... 14

**Lista de Tablas**

Tabla 1. <i>Relación entre actividad específica del área, tareas encomendadas al practicante y su relación con la formación profesional.</i> .....	17
Tabla 2. <i>Funciones, procedimientos y herramientas para desarrollar la experiencia de práctica empresarial.</i> .....	19
Tabla 3. <i>Competencias del ser.</i> .....	20
Tabla 4. <i>Competencias del saber.</i> .....	21
Tabla 5 . <i>Competencias del hacer.</i> .....	21

**Lista Ilustraciones Anexos.**

Ilustración 1. <i>Inducción Promotores</i> .....	30
Ilustración 2. <i>Índice Inducción</i> .....	31
Ilustración 3. <i>Carta de Bienvenida</i> .....	32
Ilustración 4. <i>Video Alkomprar</i> .....	33
Ilustración 5. <i>¿Quiénes somos Alkomprar?</i> .....	34
Ilustración 6. <i>¿Qué nos caracteriza?</i> .....	35
Ilustración 7. <i>Formato de negocio</i> .....	36
Ilustración 8. <i>Plataforma estratégica Alkomprar</i> .....	37
Ilustración 9. <i>Almacenes Alkomprar</i> .....	38
Ilustración 10. <i>Puntos de venta Alkomprar</i> .....	39
Ilustración 11. <i>Categorías Negocio Alkomprar</i> .....	40
Ilustración 12. <i>¿Qué se espera de los Promotores?</i> .....	41
Ilustración 13. <i>Normatividad</i> .....	42
Ilustración 14. <i>Reglas del punto de venta</i> .....	45
Ilustración 15. <i>Rol del promotor</i> .....	46
Ilustración 16. <i>Protocolo de Bioseguridad</i> .....	47
Ilustración 17. <i>Tratamiento de datos</i> .....	48
Ilustración 18. <i>Crédito Alkomprar</i> .....	49
Ilustración 19. <i>Benéficos Crédito Alkomprar</i> .....	50
Ilustración 20. <i>Formulario Evaluativo</i> .....	51

### **Introducción**

Este informe tiene como objeto presentar la intervención de la práctica de contrato de aprendizaje en la empresa Colombiana de Comercio SA con sigla CORBETA S.A; la cual es una compañía mayorista y líder en distribución en el país, y cuenta con un amplio portafolio de productos de consumo masivo, electrodomésticos, productos de hogar, informática, ferretería y lubricantes.

La práctica de contrato de aprendizaje se realiza en una de las unidades de negocio de Colombiana de Comercio S.A llamada Alkomprar, quien está dedicada a la venta de electrodomésticos y tecnología a crédito, con presencia de veintidós puntos de venta a nivel nacional y un reconocimiento a nivel nacional.

Se presentan las actividades asignadas al aprendiz y su relación con la formación profesional en Administración de Empresas, la estructura organizacional del área donde se realiza la práctica empresarial, las competencias identificadas y desarrolladas en la actividad y las conclusiones y recomendaciones para el área Comercial Electro de Alkomprar como componente final y propuesta de valor.

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

### 1.1 Descripción de la Empresa.

Empresa mayorista líder en distribución en el país con un amplio portafolio de productos de consumo masivo, electrodomésticos, productos de hogar, informática, ferretería y lubricantes. Cuenta con una fuerza de ventas de más de 1.000 representantes atendiendo más de 30.000 clientes de autoservicios, tiendas, minimercados, almacenes, ferreterías, entre otros (Colombiana de Comercio SA CORBETA SA, 2021).

### 1.2 Nombre.

Colombiana de Comercio S.A, sigla CORBETA SA

### 1.3 Ubicación.

Carrera 49 N° 30 sur 66 Envigado – Antioquia – Colombia

### 1.4 Actividad.

Código CIIU 4719 Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco.

### 1.5 Descripción de su posición e importancia dentro del sector económico propio.

CORBETA S.A es una empresa de alto nivel dentro del sector económico propio, por el amplio portafolio de productos y servicios que presta a través de sus diferentes marcas y unidades de negocio con presencia a nivel nacional, “catalogándose como la entidad número 20 en consecución de ventas en el país, contando con aproximadamente 7.400 colaboradores directos y alrededor de 30.000 clientes en su ramo” (CORBETA SA, 2021). Componentes que la establecen como una compañía de alta importancia en su actividad económica.

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

La unidad de negocio Alkomprar es una de las más posicionadas en el sector retail en cuanto a la venta de electrodomésticos y tecnología, por la variedad de productos y servicios que ofrece y la confianza que genera a sus clientes a través de la calidad y trayectoria en el mercado.

### **1.6 Reseña histórica de la Empresa.**

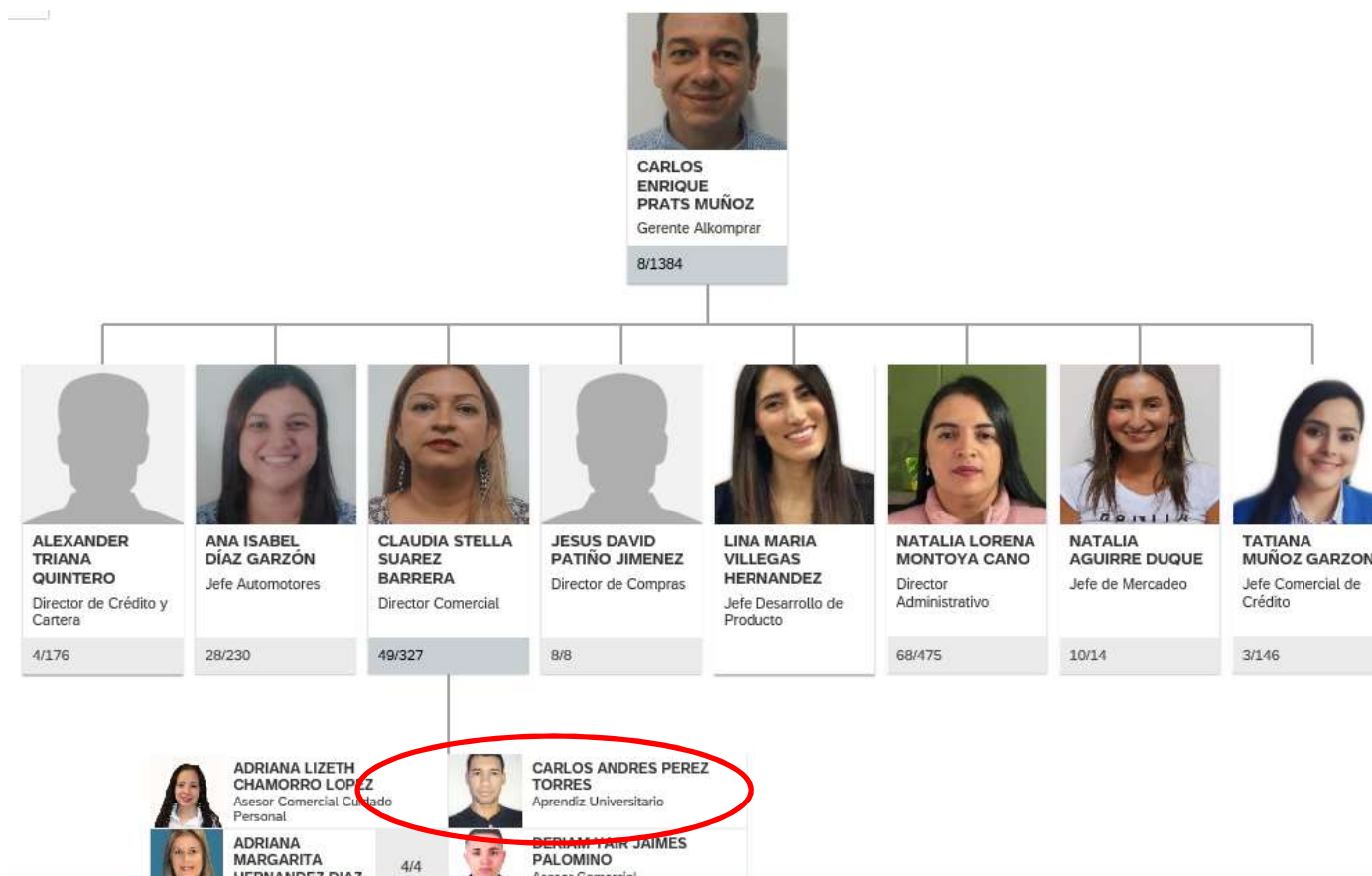
CORBETA S.A es fundada en 1938 en la ciudad de Medellín con la distribución de telas, en 1958 inicia la distribución de productos de consumo, en 1994 comienza con la distribución de productos de audio y video, en el 2001 desarrolla la marca propia KALLEY de audio y video, Electro hogar e informática, en el 2004 se desarrolla la marca motos AKT, en el 2006 realiza la apertura en Colombia en el sector automotriz al traer la marca FOTON al país, en el 2013 desarrolla la marca propia Magenta con productos de línea de cuidado personal, en el 2014 inicia la distribución de la marca de motos británicas ROYAL ENFIELD y también la apertura de mercado de lubricantes en Colombia con la marca CASTROL, en el 2015 se crea la marca propia MI DÍA de productos de consumo masivo y en la actualidad la compañía Colombiana de Comercio S.A. es la número 20 en términos de ventas en Colombia, tiene 7.400 empleados directos y se cuenta con más de 30,000 clientes (CORBETA SA, 2021).

La unidad de negocio Alkomprar perteneciente a CORBETA SA nace en el año 2003 como una tienda especializada en la venta de electrodomésticos y tecnología de contado y a crédito, ofreciendo un amplio portafolio de servicios enfocados a satisfacer las necesidades de sus clientes.

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

**1.7 Estructura organizacional.**

El organigrama de la unidad de negocio Alkomprar es el que se estipula en la figura 1. En esta se evidencia el orden jerárquico desde la Gerencia de Alkomprar hacia las demás dependencias.



**Figura 1: Estructura organizacional unidad de negocio - Alkomprar.**

*Nota.* Descripción organigrama unidad de negocio Alkomprar.

Fuente: (CORBETA SA, 2021)

### 1.8 Misión.

En Colombiana de Comercio - Corbeta S.A. nos especializamos en la comercialización de productos, llegando a los principales canales de distribución, presentando excelentes servicios de venta y pos-venta a nuestros clientes y proporcionando satisfactorios resultados de crecimiento por la distribución de productos a nuestros proveedores (CORBETA SA, 2021).

### 1.9 Visión.

Continuar siendo empresa líder en distribución, a través de la conformación inteligente del portafolio de líneas y del conocimiento profundo de nuestros clientes para satisfacer de la mejor manera sus necesidades, lo cual nos permitirá proporcionar una adecuada retribución a nuestro equipo humano, proveedores y accionistas (CORBETA SA, 2021).

### 1.10 Valores Corporativos

- **Ética Comercial:** Se realizan las labores de forma honesta, logrando fidelizar a los clientes basados en la transparencia comercial, siendo leales e integrales en cualquier negociación.
- **Respeto:** Se rige bajo seriedad, aceptando la diversidad de culturas, género; se es cortés, amable y tolerante con las demás personas de la compañía.
- **Solidaridad:** las personas sienten un interés hacia el compromiso corporativo, por ende, en cualquier situación presentada se trabaja con cooperación y de forma íntegra para lograr el mejor resultado para la compañía.
- **Honorabilidad:** Las actividades de la compañía se realizan con rectitud; los miembros de la compañía dan confianza de ser personas íntegras y con rectitud hacia con los demás.

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

- **Innovación:** se fomenta la originalidad y mejora. Se refleja al momento de la creación de estrategias para la maximización de ventas de un producto de manera competitiva; además, acarrea consigo las funciones, actividades y destrezas que se deben aplicar para conseguir mayores beneficios en la compañía.
- **Compromiso:** Con la participación de cada uno de los miembros de la compañía, se toman decisiones eficaces con el fin de llegar al cliente brindándole la mejor atención y servicio en un tiempo determinado (CORBETA SA, 2021).

## 2. DESCRIPCIÓN Y UBICACIÓN DEL CARGO QUE SE DESEMPEÑA.

### 2.1 Nombre y Definición del cargo.

El nombre del cargo es Aprendiz Universitario y depende de la Dirección Comercial de la unidad de negocio Alkomprar.

Es un cargo de apoyo al área Comercial Electro de la unidad de negocio y comprende análisis de información, construcción de informes e indicadores y manejo de procesos inmersos al ámbito comercial de la empresa.

### 2.2 Ubicación Dentro de la Estructura de la Empresa (Estructura Jerárquica).

El organigrama del área comercial electro de la unidad de negocio Alkomprar es el que se estipula en la figura 2. En esta se evidencia el orden jerárquico incluyendo al Director Comercial, Jefe Comercial, Coordinador Comercial, Practicante Universitario y Practicante SENA.



**Figura 2. Organigrama Área Comercial Alkomprar.**  
*Nota.* Descripción organigrama área comercial Alkomprar.  
Fuente: Elaboración propia

### 2.3 Funciones Asignadas (Roles del Cargo).

- Actualizar las ventas del día anterior. (Diario)
- Responder correos a los puntos de venta y marcas con inquietudes que presentan sobre los informes e información enviada. (Diario)
- Generar informe de digitalización del check list por parte de los asesores. (Semanal)
- Generar informe de preselección relacionando los porcentajes de cada asesor del punto de venta con la meta establecida para cada mes. (Semanal)
- Revisar las diferentes áreas de los PDV a través de imágenes. (Se envía la solicitud a inicios de mes y el análisis se realiza en el transcurso del mismo, dependiendo del envío de la información por parte de los puntos de venta)

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

- Generar informe del control de ingreso de promotores. En donde se valida: asistencia del promotor al PDV, autorización de ingreso y número de días que asistió. (Semanal)
- Enviar informe con Cuadro de mando SCM, donde se especifica el porcentaje de evacuación en últimas unidades, puntos negros y puntos grises de electro y Nhilo. (Semanal)
- Enviar información referente a las ventas de cada marca con la cobertura de promotor de la marca en PDV y análisis de crecimiento frente a cada categoría. (Semanal)
- Generar informe de ventas por asesor Alkomprar comparado con las categorías para generar alertas. (Semanal)
- Generar informe y hacer seguimiento con evacuación de referencias seleccionadas por promoción o campaña. (Semanal)
- Consolidar presupuestos enviados por las marcas, actualizar las ventas del mes y año anterior en el informe de ventas. (Mensual)
- Generar archivo de presupuestos de la marcas para envío a inteligencia de negocios. (Mensual)

### 3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LAS TAREAS DESARROLLADAS

A continuación se presenta la tabla 1 donde se da la relación entre la actividad específica del área donde se realiza la práctica, con las tareas que se encomiendan al practicante y su relación con la formación profesional en Administración de Empresas.

<b>Actividad Específica del Área o Departamentos donde se Trabaja</b>	<b>Tareas que se Encomendaron en Cada Caso</b>	<b>Relación de la Tarea con su Formación como Profesional</b>
Cumplir con el nivel de ventas esperado por la compañía que garantice la rentabilidad operativa del negocio por medio de una excelente asesoría, garantizando una experiencia memorable en los canales de ventas y la satisfacción de los clientes.	1. Construcción de informes para el seguimiento de las ventas de las marcas para garantizar el rendimiento y desempeño de los promotores al interior de la compañía y cumplimiento de los presupuestos propuestos.	La primera tarea se relaciona con la formación profesional teniendo como partida el análisis de información, la construcción de indicadores de gestión y el direccionamiento a los objetivos planteados por la organización.
	2. Seguimiento de los asesores en cuanto a la composición de la venta y asistencia para garantizar el buen desempeño en todas las marcas y categorías y así mismo, asegurar la integralidad de nuestros asesores.	La segunda tarea se relaciona en cuanto al direccionamiento de colaboradores, a través de seguimiento, control, capacitación y acompañamiento hacia el cumplimiento del desempeño esperado por la organización.

	3. Construcción de indicadores de SCM para realizar el seguimiento de la rotación del inventario en los puntos de venta.	La tercera tarea se relaciona con el manejo y gestión de los inventarios de la compañía con el fin de realizar seguimientos y emplear acciones para la rotación del mismo.
--	--	--

**Tabla 1. Relación entre actividad específica del área, tareas encomendadas al practicante y su relación con la formación profesional.**

*Nota.* Descripción y relación general de tareas desarrolladas.

Fuente: Elaboración propia

#### 4. METODOLOGÍA

##### 4.1 Descripción de procedimientos empleados para realizar la experiencia de práctica.

A continuación, se presenta la tabla 2 donde se relacionan las funciones del practicante con su respectivo procedimiento y herramientas para desarrollar la experiencia de práctica empresarial.

<b>Función</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Herramienta</b>
Actualizar las ventas del día anterior.	Ingresar al aplicativo Jaspersoft y generar reporte de ventas del día anterior, exportar la información a formato Excel y actualizar el archivo de ventas promotores.	Aplicativo Jaspersoft y Microsoft Excel.
Responder correos a los puntos de venta y marcas con inquietudes que presentan sobre la información enviada.	Ingresar al correo corporativo, validar las solicitudes de los PDV y marcas y dar respuesta a los mismos, según la información requerida.	Correo corporativo Microsoft Outlook.

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

Generar informe de digitalización del check list por parte de los asesores.	Solicitar al área de logística archivo de digitalización de Check List, filtrar información por PDV y enviar porcentajes de digitalización por asesor de manera detallada a los almacenes.	Microsoft Excel archivo Check List y Correo corporativo Microsoft Outlook.
Generar informe de preselecta relacionando los porcentajes de cada asesor del punto de venta con la meta establecida para cada mes.	Solicitar información al área de crédito, organizarla y construir el informe de preselecta resaltando los porcentajes de colocación de créditos en los PDV por asesor. Posteriormente enviar el detallado a los almacenes.	Microsoft Excel archivo informe preselecta y Correo corporativo Microsoft Outlook.
Revisar las diferentes áreas de los PDV a través de imágenes.	Solicitar imágenes de las zonas de los PDV para realizar la revisión de la disposición de los productos y demás secciones del almacén.	Correo corporativo Microsoft Outlook y carpeta compartida One Drive Microsoft Outlook.
Generar informe del control de ingreso de promotores.	Validar el ingreso de los promotores de las marcas a los PDV que si sea la persona autorizada y cumpla con los días asignados de asistencia en los registros enviados por el jefe de seguridad.	Archivos de Microsoft Excel: control de ingreso de promotores, base de datos de cambio de promotores, base de datos promotores autorizados y temporales.
Enviar informe con Cuadro de mando SCM, donde se especifica el porcentaje de evacuación en últimas unidades, puntos negros y puntos grises de electro y Nhilo.	Solicitar a la jefe comercial el consolidado de SCM, generar informe por PDV proyectando los porcentajes de evacuación del inventario de últimas unidades, puntos negros y puntos grises de electro y Nhilo y enviarlo a los almacenes para su seguimiento.	Archivo Microsoft Excel SCM y correo corporativo Microsoft Outlook.
Enviar información referente a las ventas de cada marca con la	Solicitar el archivo de las ventas de las marcas al área de inteligencia de negocios para realizar el cruce de información con la base de datos de	Archivo Microsoft Excel ventas marcas, archivo

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

cobertura de promotor de la marca en PDV y análisis de crecimiento frente a cada categoría.	promotores y generar el informe de ventas y crecimiento de la marca en Alkomprar.	promotores aprobados y correo corporativo Microsoft Outlook.
Generar informe de ventas por asesor Alkomprar comparado con las categorías para generar alertas.	Solicitar al área de inteligencia de negocios el archivo de ventas por asesor Alkomprar, consolidar por PDV los porcentajes de venta por asesor de manera detallada y enviar a los almacenes para su seguimiento.	Archivo Microsoft Excel ventas por asesor Alkomprar y correo corporativo Microsoft Outlook.
Generar informe y hacer seguimiento con evacuación de referencias seleccionadas por promoción o campaña.	Estructurar informe de seguimiento de estrategias de evacuación de referencias según la promoción establecida, comparando el inventario inicial de la estrategia con el inventario final y establecer el porcentaje de evacuación por PDV en el lapso de tiempo determinado.	Archivo Microsoft Excel inventarios y correo corporativo Microsoft Outlook.
Consolidar presupuestos enviados por las marcas, actualizar las ventas del mes y año anterior en el informe de ventas y envío a inteligencia de negocios	Recibir la información de los presupuestos proyectados de las marcas para cada mes, ingresarlos a la base de datos de ventas de la compañía, actualizar la información de la ventas del mes y año anterior según el mes en cuestión y generar un informe con presupuesto proyectado para el mes, ventas del mes anterior y ventas del año anterior para realizar las comparaciones y validar las variaciones de crecimiento de las marcas.	Archivos Microsoft Excel presupuestos marcas, base de datos ventas, ventas mes anterior, ventas año anterior y correo corporativo Microsoft Outlook.

**Tabla 2. Funciones, procedimientos y herramientas para desarrollar la experiencia de práctica empresarial.**

Nota. Descripción de procedimientos empleados para realizar la experiencia de práctica.

Fuente: Elaboración propia.

**5. RESULTADOS.****5.1 Competencias del saber o del hacer desarrolladas en la empresa.****5.1.1 Competencias del ser.**

A continuación se presenta la tabla 3 con las competencias del ser, identificadas en el desarrollo de las prácticas empresariales, con sus respectivas descripciones.

<b>Competencia</b>	<b>Descripción</b>
Creatividad	Proponer soluciones e ideas innovadoras y creativas para el mejoramiento de los procesos del área y la estructuración de formatos de trabajo.
Trabajo en equipo	Participar activamente y en conjunto con los miembros del área y personal a cargo del área comercial electro de la unidad de negocio Alkomprar, con el fin de alcanzar un objetivo en común.
Comunicación asertiva	Dirigir y expresar claramente las ideas a los compañeros de trabajo con el fin de que asuman los argumentos e información transmitida de manera concreta, clara, y respetando siempre las opiniones de los demás.

**Tabla 3. Competencias del ser.**

*Nota.* Descripción Competencias del ser.

Fuente: Elaboración propia

**5.1.2 Competencias del saber.**

A continuación se presenta la tabla 4 con las competencias del saber, identificadas en el desarrollo de las prácticas empresariales, con sus respectivas descripciones.

<b>Competencia</b>	<b>Descripción</b>
Análisis de información	Analizar e interpretar datos para convertirlos en información, con el fin de que sea entendible y tomada en cuenta para los indicadores del área y sus decisiones.

Planificación y organización	Realizar cronogramas y planes de trabajo para las actividades a desarrollar en el área, manteniendo el orden en los procesos, fechas de ejecución y puesto de trabajo asignado.
Atención al cliente	Interactuar de manera asertiva tanto con clientes internos como externos, proporcionando soluciones y satisfaciendo las necesidades que estos puedan presentar en relación al área de trabajo.

**Tabla 4. Competencias del saber.**  
*Nota.* Descripción Competencias del saber.  
 Fuente: Elaboración propia

### 5.1.3 Competencias del hacer.

A continuación se presenta la tabla 5 con las competencias del hacer, identificadas en el desarrollo de las prácticas empresariales, con sus respectivas descripciones.

<b>Competencia</b>	<b>Descripción</b>
Manejo de Microsoft Excel	Manejar Microsoft Excel para la creación de informes, tablas dinámicas, gráficas, aplicación de fórmulas financieras y condicionales, entre otras.
Comunicación escrita	Redactar las ideas de forma gramaticalmente correcta, de manera que sean entendidas sin que exista un conocimiento previo de lo que se está leyendo.
Análisis numérico	Analizar, organizar y resolver cuestiones y problemas numéricos, datos financieros, estadísticos y similares, llevándolos a información comprensible.

**Tabla 5 . Competencias del hacer.**  
*Nota.* Descripción Competencias del hacer.  
 Fuente: Elaboración propia

## 5.2 Aportes a la empresa

- Experiencia en manejo de bases de datos y construcción de formatos de trabajo.
- Diseño de proceso de inducción virtual e ingreso para promotores.
- Experiencia en el manejo de personal y relacionamiento con entes externos.
- Planteamiento de estrategias para el mejoramiento de los procesos operativos.
- Conocimiento en análisis de información y análisis de la competencia.
- Estructuración de informes e indicadores de gestión.
- Dedicación y disciplina en el desarrollo de las tareas concernientes al área comercial.

## 5.3 Logros

- Diseñar formato virtual para el manejo del protocolo comercial que se realiza diariamente en los PDV, el cual se implementa con el fin de mejorar los tiempos de realización y optimización de los recursos materiales utilizados en la ejecución de dicho proceso.
- Implementación de formatos planteados para el manejo de indicadores de gestión y seguimiento.

## 5.4 Dificultades

- El control de ingreso de promotores a los puntos de venta Alkomprar era manual, lo cual dificultaba el registro. Se soluciona esta dificultad virtualizando el proceso y dando acceso a las marcas para los registros de promotores.
- Análisis y seguimiento de ventas por asesor de acuerdo a cada marca del punto de venta. Se soluciona construyendo un presupuesto asignado a cada asesor por cada marca y se

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

realiza el seguimiento con porcentajes de cumplimiento para mayor comprensión de la información.

### **5.5 Conclusiones**

- La experiencia en las prácticas empresariales en el área comercial de Alkomprar es muy enriquecedora por el aprendizaje constante y la posibilidad de aplicar los conocimientos adquiridos en la formación como Administrador de Empresas.
- El área permite diseñar y aplicar diferentes metodologías para el manejo de los procesos y mejorarlos constantemente.
- El personal que conforma el área comercial de Alkomprar es muy humano, abierto a adoptar las propuestas que se plantean y dispuestos a enseñar y compartir su conocimiento.
- La formación académica impartida por la universidad Católica Luis Amigó es idónea y acorde a las dinámicas empresariales actuales.
- El acompañamiento constante por parte de la universidad en el proceso de prácticas empresariales es fundamental para desarrollar un proceso exitoso y satisfactorio para todas las partes involucradas.

### **5.6 Recomendaciones**

- Generar integración con el departamento de sistemas de información de la compañía para plantear propuestas de valor en cuanto a sistematización de procesos, con el fin de mejorar los tiempos de ejecución de actividades operativas.
- Vincular una persona adicional al área comercial para realizar seguimiento constante a los puntos de venta y proveedores para dar solución oportuna a sus requerimientos.

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

- Por parte de la universidad Católica Luis Amigó, profundizar la enseñanza del programa Excel, en cuanto a tablas dinámicas, fórmulas, creación de indicadores de gestión y generación de informes.

**BIBLIOGRAFÍA**

Colombiana de Comercio SA. (04 de 2021). *CORBETA SA*. Obtenido de ¿Qué hacemos?:

<https://www.corbeta.com.co/que-hacemos>

CORBETA SA. (04 de 2021). Obtenido de Nuestra empresa:

<https://www.corbeta.com.co/nuestra-historia>

CORBETA SA. (04 de 2021). Obtenido de Nuestra Historia:

<https://www.corbeta.com.co/nuestra-historia>

CORBETA SA. (04 de 2021). Obtenido de Misión Visión y Valores:

<https://www.corbeta.com.co/mision-vision-y-valores>

CORBETA SA. (2021). *Sinergia Intranet*.

[https://hcm19.sapsf.com/sf/orgchart?selected\\_user=38048456](https://hcm19.sapsf.com/sf/orgchart?selected_user=38048456)

**GLOSARIO****AKT**

Marca de motocicletas. .... 4

**Alkomprar**

Unidad de negocio de CORBETA SA..... 2

**CASTROL**

Marca de lubricantes de automotores. .... 4

**Check list**

Lista de chequeo que se realiza al momento de entregar un producto ..... 7

**CORBETA S.A**

Colombiana de Comercio SA. .... 2

**FOTON**

Marca automotriz ..... 4

**KALLEY**

Marca de audio y video, electro hogar e informática..... 4

**M****Magenta**

Marca de productos de línea de cuidado personal. .... 4

**MI DÍA**

Marca de productos de consumo masivo. .... 4

**Nhilo**

Marca de cosméticos y cuidado personal..... 8

**PDV**

Sigla de abreviación para punto de venta. .... 8

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

## Preselecta

Informe de seguimiento de crédito. .... 7

## ROYAL ENFIELD

Marca de motos británicas. .... 4

## SCM

Gestión de la cadena de suministro..... 8

## ANEXOS

### **Aporte a la compañía Alkomprar en diseño de inducción corporativa virtual.**

Desde el área comercial de Alkomprar, ha sido necesario estandarizar procesos y digitalizarlos para optimizar tiempos de ejecución, de respuesta y minimizar errores manuales; por lo cual, se realizan modificaciones a los procesos de ingreso de promotores e inducción corporativa.

Anteriormente, el proceso de ingreso de promotores a los puntos de venta Alkomprar era a través de correos electrónicos. Las marcas escribían a la jefe comercial solicitando el ingreso de determinado promotor a un punto de venta; la jefe comercial enviaba la solicitud al jefe de seguridad para realizar el estudio de seguridad al promotor que deseaban ingresar a la cadena, y este daba respuesta positiva o negativa, la cual por medio de un correo electrónico se notificaba al encargado de la marca.

El proceso anterior era muy operativo y manual, ya que la cantidad de correos de solicitud de ingreso de promotores era desgastante para ambas partes, tanto para el área comercial como para las marcas; así que se opta por una estandarización del proceso y establecimiento de tiempos de respuesta para el ingreso de promotores.

Se diseña un formulario en línea, a través del cual las marcas registran la información del promotor que desean ingresar a Alkomprar y se establecen unos tiempos de respuesta, dando así espacio para realizar la gestión del estudio de seguridad y poder dar una respuesta en un periodo determinado.

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

Lo anterior elimina el envío constante de correos electrónicos para ambas partes y determina unos tiempos de solicitud y respuesta para el ingreso de los promotores.

Con respecto a la inducción corporativa de promotores, anteriormente se manejaba de manera presencial, ya que al momento de autorizar el ingreso de un promotor a un punto de venta Alkomprar, el administrador de dicho punto de venta debía destinar un periodo considerable de su tiempo para brindar la información general y la normatividad de la compañía al promotor.

Teniendo en cuenta la alta rotación de promotores, se hace necesario estandarizar y virtualizar el proceso de inducción corporativa con el fin de optimizar tiempos de capacitación y agilizar el proceso de ingreso y ejecución de labores de los promotores; por lo cual se crea una presentación virtual que contiene toda la información corporativa, las normas del punto de ventas y deberes del promotor, la cual es enviada al momento de autorizar el ingreso de un promotor, después de haber pasado el estudio de seguridad.

La inducción corporativa consta de información general de la compañía, normatividad para los promotores, protocolo de bioseguridad y autorización de tratamiento de datos. Al finalizar la inducción, el promotor debe realizar una evaluación, en la cual debe obtener una puntuación mayor a 80 para ingresar al punto de venta.

La automatización de los dos procesos expuestos anteriormente optimiza tiempos en la gestión del personal administrativo en el área comercial y del personal operativo en los puntos de venta; también es de mayor autogestión para las marcas y los promotores que ingresan a la compañía.

**Enlace inducción corporativa:** <https://view.genial.ly/60e749987849f80d9f4bb44e/learning-experience-didactic-unit-induccion>

## Ilustraciones inducción corporativa.

A continuación, se relacionan las imágenes de la información contenida en la inducción de promotores de la unidad de negocio Alkomprar.



### Ilustración 1. *Inducción Promotores*

*Nota.* Portada Inducción Promotores

Fuente: Elaboración propia



**Ilustración 2. Índice Inducción**  
*Nota.* Descripción índice Inducción  
Fuente: Elaboración propia



**Carta de Bienvenida**

# ¡Bienvenido!

**Señor Promotor:**

*En nombre de todo el equipo de Alkomprar y especialmente del Equipo Comercial, queremos darte una cordial bienvenida. Es para nosotros motivo de alegría contar con personas que serán claves para el logro de los objetivos de nuestra Compañía.*

*Ahora haces parte de este gran equipo de trabajo que desde el 2006 está en el mercado Colombiano como una tienda especializada en electrodomésticos para el hogar, con ventas a crédito y de contado, basados siempre en valores como el respeto, la solidaridad, la ética comercial, el compromiso con el desarrollo de nuestros grupos de interés y la transparencia.*

*Estamos seguros que con tu apoyo podremos seguir creciendo, por eso te invitamos a enfocar tus esfuerzos en el logro de los resultados y en el trabajo en equipo.*

*Esperamos que encuentres en Alkomprar un espacio que ayude a tu crecimiento personal, familiar y profesional.*

Cordialmente,

**Equipo Comercial**

**Alkomprar**

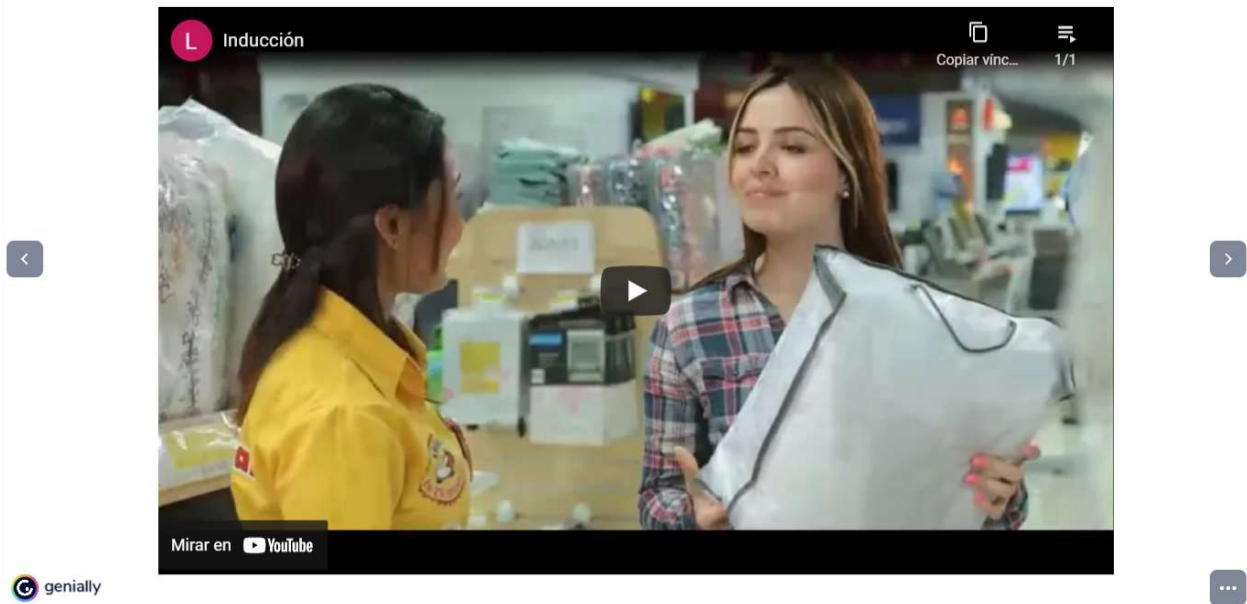
genially

### **Ilustración 3. Carta de Bienvenida**

*Nota.* Descripción carta de bienvenida promotores

Fuente: Elaboración propia

## Video



**Ilustración 4. Video Alkomprar**  
*Nota.* Video Unidad de negocio Alkomprar  
Fuente: Elaboración propia

## Quiénes somos

Somos una empresa con más de 70 años de trayectoria.

Contamos con diferentes unidades de negocio, registradas bajo el mismo NIT, pero con una administración independiente.

La década del 2000 fue clave para Corbeta. En este periodo se crearon y consolidaron las marcas Alkomprar, AKT, Foton, Alkosto, K-tronix y Kalley.

**En el año 2006 se crea Alkomprar como una tienda especializada en electrodomésticos para el hogar y en motos AKT, con ventas a crédito y de contado.**



genially

### Ilustración 5. ¿Quiénes somos Alkomprar?

*Nota.* Descripción historia Alkomprar

Fuente: Elaboración propia

## Nos caracteriza...

- Vender productos de alta tecnología.
- Ofrecer una atención personalizada que nos permite prestar el mejor servicio a los clientes, todo con el fin de satisfacer sus deseos y necesidades.



genially

### **Ilustración 6. ¿Qué nos caracteriza?**

*Nota.* Descripciones características Alkomprar

Fuente: Elaboración propia

## Nuestro formato de negocio



**Ilustración 7. Formato de negocio**  
 Nota. Descripción formato de negocio  
 Fuente: Elaboración propia

## Nuestra plataforma estratégica



### **Ilustración 8. Plataforma estratégica Alkomprar**

*Nota.* Descripción plataforma estratégica

Fuente: Elaboración propia

## Nuestros almacenes



### **Ilustración 9. Almacenes Alkomprar**

*Nota.* Imágenes almacenes Alkomprar

Fuente: Elaboración propia

## Nuestros puntos de venta a nivel nacional

 <u>San Diego</u>	 <u>Mayorca</u>	 <u>Bucaramanga 1</u>	 <u>Pereira</u>
 <u>Molinos</u>	 <u>Apartadó</u>	 <u>Bucaramanga 2</u>	 <u>Piedecuesta</u>
 <u>Florida</u>	 <u>Barrancabermeja</u>	 <u>Cali</u>	 <u>Rionegro</u>
 <u>Aventura</u>	 <u>Barranquilla</u>	 <u>Ibaqué</u>	 <u>Valledupar</u>
 <u>Bello</u>	 <u>Armenia</u>	 <u>Neiva</u>	 <u>Montería</u>
 <u>Cúcuta</u>	 <u>Cartago</u>		



**Alkomprar**

**Ilustración 10. Puntos de venta Alkomprar**  
 Nota. Descripción puntos de venta Alkomprar  
 Fuente: Elaboración propia



**Ilustración 11. Categorías Negocio Alkomprar**  
*Nota.* Descripción categorías negocio Alkomprar  
Fuente: Elaboración propia

## Esperamos de ustedes...



- Dar el mejor servicio, brindando una asesoría en el proceso de compra.
- Responsabilidad.
- Cumplir con la normatividad y políticas de Alkomprar.
- Excelente actitud y presentación personal impecable.
- Compañerismo.
- Conocimiento especializado de su marca.
- Cumplir con los presupuestos de ventas.
- Carisma.
- Realizar una buena gestión del inventario y de la exhibición de los productos.



genially

### **Ilustración 12. ¿Qué se espera de los Promotores?**

*Nota.* Descripción de expectativas sobre promotores

Fuente: Elaboración propia

# Normatividad

A continuación se definen las diferentes normas que aplican para los promotores que visitan los diferentes puntos de venta de la compañía y sus correspondientes sanciones de acuerdo con el nivel de gravedad.



## Ilustración 13. Normatividad

Nota. Descripción Normatividad Alkomprar

Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN DE LA FALTA	FALTA	1 ACCION	2 ACCION	3 ACCION
Ejecutar cualquier acto que ponga en riesgo su seguridad, la de las personas de la empresa o la de terceras personas, o que amenace o perjudique los equipos, edificios u otros elementos que sean propiedad de la empresa.	Grave	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		
Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de sustancias alucinógenas o psicoactivas o ingerirlas en el punto de venta	Grave	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		
Evitar promover altercados o refirir en cualquier forma en las instalaciones de la empresa y fallas de respeto con clientes, compañeros o supervisores.	Grave	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		
Sustraer mercancía y/o cualquier bien de la compañía o de compañeros o clientes	Grave	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		
Ofrecer u otorgar a los asesores de Alkomprar ningún tipo beneficio económico monetario o en especie.	Grave	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		



**Alkomprar**

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

DESCRIPCIÓN DE LA FALTA	FALTA	1 ACCION	2 ACCION	3 ACCION
Evitar hacer uso de productos (sim card, celulares, portátiles, entre otros) o crear usuarios en los mismos.	<b>Grave</b>	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		
Esta prohibido la instalación de cualquier software en los equipos de la Compañía, al igual que la venta y/o instalación de los mismos en los puntos de venta a los clientes.	<b>Grave</b>	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		
Abstenerse de establecer "matrimonios" con los asesores de Alkomprar, en los cuales el promotor le otorga todas sus ventas a determinado asesor.	<b>Grave</b>	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		
Evitar sustraer, apropiarse o sacar mercancías u obsequios otorgados por la marca para los clientes sin previo permiso escrito de la empresa.	<b>Grave</b>	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		
Abstenerse de sustraer todo tipo de información confidencial de la empresa, sin previa autorización, para utilizarla con fines personales o de beneficios a terceros.	<b>Grave</b>	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		

genially

**Alkomprar**

DESCRIPCIÓN DE LA FALTA	FALTA	1 ACCION	2 ACCION	3 ACCION
Utilizar los recursos de Alkomprar (medios, recursos y planta) para realizar actividades o negocios de carácter personal y con fines lucrativos.	<b>Grave</b>	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.		
Dejar el puesto de trabajo asignado sin pedir permiso al jefe inmediato o encargado del almacén.	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	
Faltar al trabajo sin justa causa o sin permiso de la empresa o de los jefes.	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	
Cumplir con el horario establecido en el rutero y evitar acumular 3 retardos o 40 minutos durante el mes.	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	
No presentarse ante el registro de control de entrada y de salida	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	

genially

**Alkomprar**

DESCRIPCIÓN DE LA FALTA	FALTA	1 ACCION	2 ACCION	3 ACCION
Manifestaciones verbales o escritas del cliente por el mal servicio o trato de los empleados	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	
Usar equipos de Audio personales, como grabadoras, celulares, iPod mp3, USB etc., durante la jornada laboral en los puntos de venta	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	
Suspender las labores para conversar en corredores del almacén, con los empleados, ni familiares que visiten las tiendas o atender asuntos diferentes a los laborales	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	
Usar las herramientas de trabajo como los computadores, el Internet etc., para buscar información en sitios no permitidos o para fines distintos a los directos con su labor.	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	
Evitar hablar en malos términos de las marcas de los proveedores, o persuadir a los clientes de la decisión de compra brindando información errada (hablar mal de la competencia para cerrar una venta)	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	

genially



**Alkomprar**

DESCRIPCIÓN DE LA FALTA	FALTA	1 ACCION	2 ACCION	3 ACCION
Evitar consumir cualquier tipo de alimentos y bebidas en la tienda, inclusive los chicles.	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	
Evitar realizar modificaciones en los productos o reparaciones de los productos por motivo de una garantía	<b>Moderada</b>	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.	
Los promotores deben hacer visar en registro todos los elementos personales, de dotación o para su consumo personal.	<b>Leve</b>	Solicitud de explicación	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.
Abstenerse de vender otras marcas de las cuales no cuenta con la capacitación y conocimiento del producto.	<b>Leve</b>	Solicitud de explicación	Solicitud de llamado de atención y notificación al gerente de cuenta y/o supervisor encargado.	Solicitud de cambio permanente del promotor de la cadena.

genially



**Alkomprar**


## Reglas del punto de venta Alkomprar

1. Presentar la autoliquidación actualizada al personal de seguridad y al administrador y/o supervisor el primer día hábil que le corresponda a la empresa.
2. Cuando ingrese por primera vez al punto de venta se debe presentar con cédula de ciudadanía y carta de presentación.
3. Registrarse diariamente en el pc del módulo de vigilancia y/o supervisor, su ingreso de turno, salida de almuerzo, ingreso de almuerzo y salida de turno.
4. Los turnos de almuerzo comienzan a las 12:00 pm y terminan a las 3:00 pm; estos serán asignados por el administrador.
5. Es responsabilidad del asesor de planta realizar el CHECKLIST de entrega en compañía del promotor.





genially

**Ilustración 14. Reglas del punto de venta**  
 Nota. Descripción Reglas del punto de venta  
 Fuente: Elaboración propia



6. Presentarse en el punto de venta debidamente uniformado y listo para iniciar su jornada laboral. Recuerde hacer uso adecuado de accesorios, maquillaje, presentación de uñas, uniforme, calzado, cabello, perfume, entre otros.
7. Para el ingreso en horarios no habituales (reuniones, capacitaciones, y/o permisos autorizados) el jefe inmediato deberá enviar un correo al administrador del punto de venta donde informe la novedad.
8. Solo se autorizan los días de compensatorio miércoles, jueves y viernes. No está permitido descansar los domingos, sábados o festivos.
9. Es deber de cada asesor de ventas de Alkomprar realizar la entrega de los productos que vende en compañía del promotor de la marca.



genially

## Rol del Promotor

### 1.

- Realizar chequeos de precios de la marca vs los competidores y reportar las novedades.
- Informar iniciativas y actividades de los competidores.
- Apoyar a la fuerza de ventas en la atención al usuario final.
- Ejecutar actividades en pro de la venta.

### 2.

- Asesorar al cliente en el proceso de compra.
- Validar la disponibilidad del inventario de la marca en el punto y reportar al administrador.
- Cumplir con los presupuestos de ventas asignados de la marca mensualmente, los cuales deben ser alineados con Alkomprar.

### 3.

- Revisar los cambios de precios y promociones todos los días.
- Organizar las exhibiciones.
- Tener exhibido todo el portafolio de la marca.
- Ambientar las exhibiciones con material P.O.P y elementos decorativos con previa autorización del jefe de mercadeo.



**Alkomprar**

genially

**Ilustración 15. Rol del promotor**  
 Nota. Descripción Rol del promotor  
 Fuente: Elaboración propia

### 4.

- Tener conocimiento actualizado del producto.
- Implementar la venta cruzada de accesorios y ofrecer el seguro de celulares donde el asesor de Alkomprar apoyará con la información y el trámite de este.
- Responder por los bienes muebles a cargo y garantizar su uso adecuado, según las normas y los procedimientos establecidos.

### 5.

- Cumplir con el rutero asignado.
- Brindar soluciones asertivas a los clientes.
- Cumplir con el manual de normatividad y las demás políticas de la Compañía.
- Informar a tiempo al administrador sobre las averías.
- Informar cuando no se les permita exhibir sus ofertas.

### 6.

- Ser los ojos de la marca en el almacén.
- Brindarle información detallada del producto a los clientes; pero no en una forma muy técnica, la información suministrada debe ser muy clara para el cliente.
- Estar atento a la rotación del inventario de su marca, entre ellas las últimas unidades y productos de baja rotación.

### 7.

- Realizar la marcación a tiempo de sus productos.
- Cumplir con la política de entrenamiento suministrada por la marca.
- Mantener exhibidos todos los productos de su portafolio.
- Abordar los clientes, tener empatía y agresividad comercial, realizar un buen cierre.

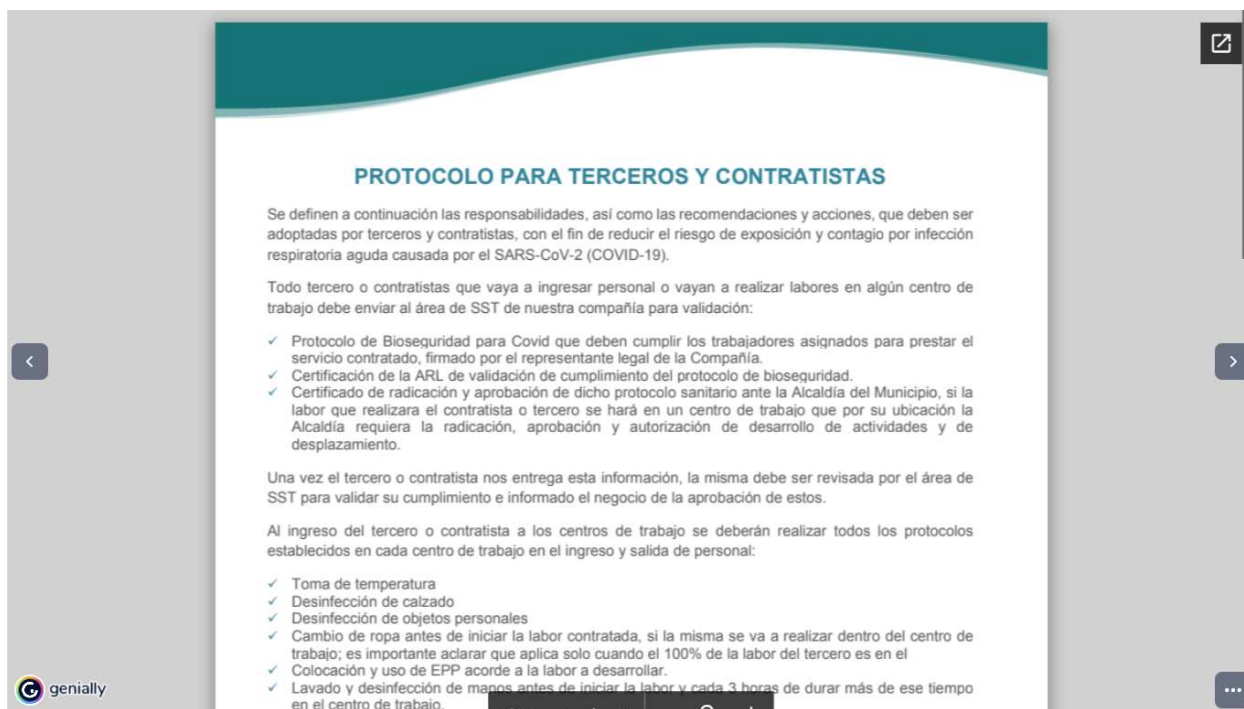


**Alkomprar**

genially



**Ilustración 16. Protocolo de Bioseguridad**  
 Nota. Descripción Protocolo de Bioseguridad  
 Fuente: Elaboración propia





**Ilustración 17. Tratamiento de datos**  
 Nota. Descripción Tratamiento de datos  
 Fuente: Elaboración propia

**corbeta**  
 Colombiana de Comercio S.A.  
 NIT. 890.900.943-1

**Autorización para el Tratamiento de Datos Personales y Aviso de Privacidad**

Con la suscripción del presente documento, obrando por mi propia cuenta y nombre, autorizo en forma previa, expresa e informada, en mi calidad de Titular de los datos personales que comunico a Colombiana de Comercio S.A. (en adelante, "La Compañía"), identificada con NIT. 890.900.943-1, así como a todas sus Unidades de Negocio enunciadas en su Política de Privacidad, para que en los términos de la Ley 1581 de 2012 y demás normatividad vigente en materia de Habeas Data, trate mis datos personales con las finalidades que se explican a continuación, previas las siguientes consideraciones:

1. Entre La Compañía y terceros proveedores de bienes y/o servicios (en adelante, Las Marcas) existe una relación comercial o contractual para la distribución y comercialización por La Compañía, en sus establecimientos y a cualquier título, de los productos que estos suministran Las Marcas.
2. Que Las Marcas para la promoción y/o la comercialización de los bienes o servicios que suministran a La Compañía, designan personal para que realicen tales actividades en los establecimientos de comercio de ésta.
3. Que el Titular de datos personales ha sido seleccionado o preseleccionado por Las Marcas para realizar actividades de promoción en los establecimientos de La Compañía.
4. Que advirtiendo que las actividades que serán desplegadas por el personal de las Marcas son ejecutadas en los establecimientos de La Compañía, lo cual compromete su reputación comercial, buen nombre e imagen corporativa, la Compañía tiene interés en conocer la idoneidad de los promotores designados por Las Marcas y contar con la información suficiente para dotar de orden la actividad de promoción realizadas por Las Marcas en sus establecimientos.
5. Que el Titular tiene la intención de ser autorizado para realizar actividades de promoción de bienes o servicios en representación de Las Marcas en los establecimientos de La Compañía.
6. El titular declara, conoce y acepta que las pruebas y demás verificaciones realizadas por La Compañía hacen parte del proceso de evaluación y/o verificación adelantado por esta sociedad. Por lo tanto, su contenido corresponde a una información privada y confidencial de propiedad de La Compañía, la cual no será revelada a terceros, incluido el candidato(a).

Que teniendo en cuenta las consideraciones previas, el Titular autoriza el tratamiento de sus datos personales con las siguientes finalidades: (i) adelantar procesos de evaluación de los promotores seleccionados o preseleccionados por Las Marcas para la promoción de bienes o servicios en los establecimientos de La Compañía, lo que implica solicitar información o presentar pruebas, realizar visitas o entrevistas y comunicar sus resultados, entre otros; (ii) tratar datos sensibles, tales como aquellos que resulten de las pruebas psicotécnicas o visitas domiciliarias realizadas, entre otros, cuyo suministro será de carácter facultativo por parte del Titular. Los datos personales obtenidos por La Compañía durante el curso de sus procesos y cuyo tratamiento se realice para los fines del mismo, serán aquellos necesarios para evaluar y calificar la aptitudes, actitudes y pertinencia del titular conforme a los perfiles requeridos para la autorización de las actividades de promoción descritas en las consideraciones; (iii) corroborar la información suministrada por el titular ~~relacionada con la realización de los~~

genially



**Ilustración 18. Crédito Alkomprar**

*Nota.* Portada Crédito Alkomprar

Fuente: Elaboración propia

## Te contamos los beneficios...

- Crédito directamente con Alkomprar sin intermediarios.
- Pactamos cuotas que se pueden pagar.
- Accedes a descuentos adicionales en la compra de tus productos pagando a crédito.
- No te cobramos cuota de manejo.
- Estudiamos tu crédito presentando únicamente tu cédula.
- La cuota expresada es la cuota cobrada.
- Cuota fija para tu crédito.
- Periodos de pagos quincenales o mensuales.
- Condonamos el crédito por fallecimiento del titular.
- No te cobramos ningún seguro.
- Puedes pactar tu plazo hasta 24 meses.
- Asesoría personalizada.
- Baja tasa de interés.
- Estudio de crédito gratis.
- Facilidades de pago para tu crédito a través de PSE, Red Efecty - Baloto y puntos de venta Alkomprar.
- Respuesta de tu crédito en menos de 20 minutos.
- Confiable y seguro.



genially

**Ilustración 19. Benéficos Crédito Alkomprar**  
 Nota. Descripción benéficos del crédito Alkomprar  
 Fuente: Elaboración propia

Perfil	Descripción	Requisito	Antigüedad	Edad	Cupo
Empleado con historial	Cuyos ingresos provienen de actividades laborales.	Cotizar en (EPS) y tener historial crediticio.	.Contrato Indefinido: mayor a 6 meses, según capacidad de pago.	A partir de los 18 años.	Rotativo.
			.Otro tipo de contrato: Mayor a 8 meses , según capacidad de pago.		
			.Se tendrá en cuenta historial laboral en compañías anteriores siempre y cuando no haya estado inactivo más de treinta (30) días.		



genially

Perfil	Descripción	Requisito	Antigüedad	Edad	Cupo
Empleado sin historial	Cuyos ingresos provienen de actividades laborales.	Cotizar en (EPS)	.Contrato Indefinido: mayor a 6 meses, según capacidad de pago.	A partir de los 18 años.	Rotativo.
			.Otro tipo de contrato: Mayor a 8 meses , según capacidad de pago.		
			.Cupo a otorgar para ambos tipos de contrato hasta \$800.000.		
			.Si tiene más de un año laborando cupo máx. a otorgar \$2.000.000.		
			.Se tendrá en cuenta historial laboral en compañías anteriores siempre y cuando no haya estado inactivo más de treinta (30) días.		



genially



## Formulario

Te invitamos a responder las preguntas del formulario que se presenta a continuación para evaluar lo aprendido y finalizar la inducción.



## Muchos Éxitos!!!

genially



### **Ilustración 20. Formulario Evaluativo**

Nota. Descripción Formulario evaluativo inducción

Fuente: Elaboración propia

## Inducción Promotores

Por favor responder las siguientes preguntas para evaluar lo aprendido y finalizar la inducción corporativa.  
Nota: Para aprobar la evaluación se debe obtener una puntuación de 80 en adelante.

\* Obligatorio

1. Nombres y apellidos completos del promotor \*

Escriba su respuesta

2. Cédula sin puntos ni comas \*

Escriba su respuesta

3. Marca a la que pertenece \*

- ABBA
- ACER
- ASUS
- BLACK AND DECKER
- BOSE
- CHALLENGER
- CLARO
- EPSON
- FANTASIA
- GOOGLE
- HACEB
- HP
- HUAWAI
- INTEL
- KALLEY

4. Categoría \*

Aires

Línea Blanca

Línea Marrón

Telefonía

Mixto (Línea marrón y línea blanca)

5. Punto de venta al que pertenecese \*

ALAPA - ALKOMPRAR APARTADO

ALARM - ALKOMPRAR ARMENIA

ALAVE - ALKOMPRAR AVENTURA


ALBAS - ALKOMPRAR ÚNICO BARRANQUILLA

ALBAC - ALKOMPRAR BARRANCABERMEJA

ALBEL - ALKOMPRAR BELLO

ALBU2 - ALKOMPRAR BUCARAMANGA 2

ALBUC - ALKOMPRAR SOTOMAYOR BUCARAMANGA 1



6. ¿ En qué año se crea Alkomprar? \*

2003

2006

2000

7. Son deberes del promotor... \*

Cumplir con la normatividad de Alkomprar

Cumplir con el protocolo de Bioseguridad Alkomprar

Ofrecer el crédito Alkomprar como primera opción de pago

Todas las anteriores


8. Hace parte del Rol del Promotor, excepto \*

Cumplir con el presupuesto asignado

Asesorar al cliente en el proceso de compra

Trabajar en equipo

No estar atento a la rotación del inventario de su marca



9. La antigüedad laboral que debe tener un empleado para acceder al crédito Alkomprar es... \*

Mayor a 6 meses

Menor a 6 meses

Mayor o igual a 12 meses

10. Son beneficios del crédito Alkomprar, excepto \*

Asesoría personalizada

Cobro de cuota de manejo


Baja tasa de Interés


Respuesta en menos de 20 minutos


11. Confirmo que he leído la inducción de promotores Alkomprar y la información es clara. \*

Sí

No







11. Confirmo que he leído la inducción de promotores Alkomprar y la información es clara. \*

Sí

No

12. Me comprometo a cumplir con las disposiciones expuestas en la inducción de promotores Alkomprar. \*

Sí

No

13. Autorizo a Alkomprar el tratamiento de mis datos personales para los fines pertinentes y acepto la política de tratamiento de la información. \*

Sí

No

No revele nunca su contraseña. [Notificar abuso](#)

