

SODIMAC HOMECENTER

PRESENTADO POR:
Aarón F. Camacho A.
Javier Urazan.
Gineth Pinto.
María Del Pilar Benavides
Leidy Katherine Chipatecua

PRESENTADO A:
JULIO ARBELAEZ

PROGRAMA CPG:
Gerencia del Servicio
Corporación Universitaria Unitec.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	2
Análisis empresarial	6
Reseña histórica	7
Ubicación	8
Equipo de trabajo	10
Misión, visión y objetivos	11
Objetivos operacionales	11
Valores corporativos	11
Planteamiento estratégico	12
• mejoramiento hogar e inmuebles	
• mercado profesional que lo atiende	
Organigrama	13
Elementos culturales	14
Área de servicios especiales	16
Procesos y procedimientos en áreas	16
Competencia directa	19
Constructor	21
Servicios	21
• alquiler de herramienta	
• proceso de alquiler de herramienta	
• corte de materiales	
• despacho a domicilio	
• asesorías /cap.	
• servicios adicionales	
Momentos de verdad	23
Naturaleza de los servicios	27
Análisis flujo del servicio	29
Diagrama de descomposición de tareas	31
Grafo del servicio	32
Servuccion del servicio	33
P.Q.R	34
Formulario	35
Preguntas frecuentes	36
Tipos de clientes	41

Puntos críticos	42
Diagrama causa y efecto	45
Diagnostico empresarial DOFA	47
Planeación	51
Plan de acción y mejoramiento	53
Conclusiones y recomendaciones	54

INTRODUCCIÓN

Este trabajo procura dar a conocer a las personas una idea general de lo que es y hace homecenter Sodimac en Colombia, y les permitirá saber gran parte de los servicios de este almacén, estará en capacidad de identificar todos y cada uno de los servicios que le ofrece homecenter Sodimac y constructor a todos los colombianos que realizan diferentes oficios; ya sean albañiles, carpinteros, plomeros, amas de casa, contratistas en general, etc.

Igualmente se intenta que todos los colombianos sepamos que es y como funciona en realidad este almacén, todos los servicios que nos presta las facilidades de pago que tiene, las alianzas con las cuenta, etc. la importancia de este trabajo es saber que Homecenter Hodimac es una empresa que esta encaminada a servir a todos los colombianos y a la buena atención al cliente. Para esto a continuación damos a conocer algo sobre empresa de donde viene, como se formo y por que esta aquí:

SODIMAC COLOMBIA es una empresa internacional 51% de la organización Corona y 49% de la organización Falabella de Chile. Se estableció en Colombia en 1993 con la apertura de su primer almacén, AMERICAS HOMECENTER. A partir de este momento SODIMAC COLOMBIA arranca su expansión como una gran cadena de retail en el país.

Nuestro socio Corona tiene más de 125 años de Historia empresarial primero en Colombia y hoy en las Américas. Produce principalmente loza, porcelana sanitaria y cerámica, grifería, y materias primas para la industria cerámica. Exporta a 37 países. Adicionalmente tiene operaciones de venta al detal (retail) con los almacenes Corona y su participación en SODIMAC COLOMBIA. En su internacionalización tiene plantas en USA – Mansfield- y oficinas en China. Corona se destaca por su avanzada gestión estratégica y administrativa y una cultura centrada en total respeto por la gente y su desarrollo. Corona es uno de los grupos económicos más grandes y tradicionales del país.

Sodimac Chile tiene más de cincuenta años de vida empresarial iniciándose como una cooperativa abastecedora de materiales de construcción en Valparaíso en Chile. A fines de los ochentas inicia con el formato Homecenter inaugurando su primer almacén en Santiago de Chile almacén Las Condes. De forma paralela los locales de abasto para constructores evolucionan en lo que conocemos como Constructores. A raíz de la llegada de HOME DEPOT a Chile, el concepto se modifica creando los SUPER HOMECENTER compuestos del HOMECENTER mas el PATIO CONSTRUCTOR. Adicionalmente la venta mayorista a constructores y empresas se consolida como el tercer formato comercial denominado VENTA EMPRESA.

En el 2003 a raíz de la salida de HOMEDEPOT de Chile, los viejos HOME DEPOT transformados en HOMESTORE (propiedad de Falabella), se fusionan con SODIMAC CHILE para crear un gigante del retail a escala latinoamericana. La Organización resultante FALABELLA queda entonces con cinco negocios principales. Los almacenes por departamento, los supermercados e Hipermercados, el negocio de retail financiero compuesto por la tarjeta CMR, los seguros, los viajes y el Banco Falabella, los centros comerciales MALL PLAZA y finalmente la organización SODIMAC orientada al mercado profesional, empresarial y hogar. Falabella tiene presencia en Chile, Argentina, Perú y Colombia. Adicionalmente tienen más de 120 años de existencia.

Desde nuestro origen en Colombia, SODIMAC ha evolucionado de la primera tienda de 1900 metros localizada en Bogotá en la avenida de las Américas a una pujante cadena que tiene 15 tiendas con presencia en Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira, Ibagué, Cartagena y planes de llegar a toda Colombia. Nuestros crecimientos superiores en los últimos años de más del 30% anual ha permitido que pasemos de la cola de las 500 más grandes empresas de Colombia a estar entre las 40 primeras empresas del país.

Así como en el negocio de venta al detal (retail) hay farmacias, supermercados, almacenes de ropa, etc. Nosotros somos los líderes en Colombia de una categoría denominada MEJORAMIENTO DEL HOGAR Y CONSTRUCCION. Tenemos tres formatos comerciales que nos permiten atender cualquier requerimiento de cualquier cliente en los productos y servicios que se necesitan para construir, remodelar, mejorar su hogar, empresa, oficina, local comercial u otro.

Los hogares consideran a HOMECENTER el almacén con el MEJOR SURTIDO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, CONFIABLES para llevar a cabo proyectos grandes y pequeños de MEJORAS A LA VIVIENDA. La experiencia de compra en la tienda es espectacular con una INNOVACIÓN CONSTANTE. Porque es muy agradable y fácil de recorrer porque ENCUENTRA LOS PRODUCTOS QUE NECESITA con la información pertinente para tomar la decisión y además ASESORES EXPERTOS en caso de que sea necesario. Los PRECIOS BAJOS TODOS LOS DÍAS, generan confianza. Los clientes cuentan con AMPLIAS FACILIDADES DE FINANCIACION facilitando la adquisición de productos para mejorar el HOGAR, LA OFICINA u otro espacio. En HOMECENTER más que productos vendemos PROYECTOS COMPLETOS. Sea este todo lo que necesita para pegar un cuadro o construir y dotar su casa.

En el HOMECENTER la familia ENCUENTRA DE TODO para hacer MAS FACIL QUE SUS SUEÑOS TRANSFORMEN EL HOGAR PARA VIVIR MEJOR.

Adicionalmente tenemos que agregar que Homecenter Sodimac cuenta con un almacén especializado en la construcción y remodelación de casas u oficinas, este almacén es especialista en todo lo que tiene que ver con la construcción y lo que la rodea es decir: la carpintería, pintura, electricidad, plomería, las herramientas que necesitan para cualquier trabajo de construcción, etc. Este almacén tiene como nombre CONSTRUCTOR que a continuación daremos a conocer.

CONSTRUCTOR cuenta con un programa que llama círculo de especialistas, que es: El Círculo de Especialistas es el nuevo programa de reconocimiento a los clientes de almacenes CONSTRUCTOR. Es un programa exclusivo para los profesionales, maestros y contratistas del sector de la construcción del país. Que le permite acceder a beneficios que facilitarán el trabajo y mejorarán la vida de todos los especialistas de la construcción del país.

¿Para quien es el círculo de especialistas?

El Círculo de Especialistas está dirigido a todos los profesionales de la construcción del país. Profesionales, maestros y contratistas de obra y comerciantes de materiales de construcción pueden afiliarse a este nuevo programa.

CONSTRUCTOR es el almacén mas fácil de recorrer gracias a su INNOVADOR circuito de compra que hace que el especialista, llámese Constructor, arquitecto, maestro de obra, electricista, etc., pueda adquirir los materiales que requiere para su trabajo EN LAS CANTIDADES QUE LOS NECESITE SIN PERDER TIEMPO y con una GARANTIA DE PRECIOS BAJOS. Nuestra promesa de precios está avalada en una garantía de devolver el 10% DE LA DIFERENCIA SI EL CLIENTE NOS DEMUESTRA QUE EL MISMO PRODUCTO ESTA MAS BARATO EN OTRO LOCAL.

Entendiendo que muchos de los compradores del CONSTRUCTOR, conocen lo que hace y lo que quieren, generalmente no requieren de asesoría experta, pero si rapidez para seleccionar, facilidad para cargar y pagar los productos. Así mismo algunas compras requieren TRANSPORTE CONFIABLE A DOMICILIO. Finalmente TAMBIEN ENCUENTRAN ASESORIA EXPERTA y FINANCIACIÓN y las MARCAS MAS RECONOCIDAS por ellos.

Nuestro negocio es FACILITARLE SU TRABAJO. El Especialista puede a través del Constructor aprender su oficio, mejorando su negocio porque confía en nosotros. Compra lo que quiere, en las cantidades que requieren, rápidamente, y a bajo precio. MAS FACIL – BARATO Y CONFIABLE IMPOSIBLE.

En las siguientes páginas se presentaran los temas que se deben conocer de estos almacenes Homecenter Sodimac y Constructor desde su historia hasta forma de participación en el mercado; su misión, visión, estrategias, objetivos, etc.



ANÁLISIS EMPRESARIAL

La Compañía Sodimac Colombia S.A. es una sociedad anónima¹, establecida de acuerdo con las leyes colombianas, el 2 de septiembre de 1994 y cuyo plazo de duración expira el 2 de septiembre de 2093.

El objeto social de la Compañía consiste en la venta y comercialización de artículos, productos y servicios para construcción y para la decoración, remodelación y dotación del hogar y sus complementarios.

Su característica respecto de otros almacenes o ferreterías es que además de los Constructores de Viviendas, podían también adquirir productos los constructores menores como: albañiles, carpinteros, y las cabezas del hogar que disponían de productos prefabricados fáciles de armar, construir y habilitar por si mismos en su hogar.

Los productos que se ofrecen son para:

1. jardín
2. construcción
3. ferretería
4. iluminación
5. decoración
6. remodelación
7. construcción
8. cerámicos

Los objetivos operacionales de Sodimac Colombia S.A., se concentran en el PROYECTO CULTURA Y VALORES, principios bajo los cuales la empresa dirige su objeto social, como lo son:

- Orientación hacia el cliente.
- Integridad.
- Honestidad.
- Ética.
- Austeridad.
- Responsabilidad y cumplimiento de compromiso.
- Respeto.
- Confianza.
- Solidaridad y responsabilidad social.
- Mejoramiento continuo.

RESEÑA HISTÓRICA

Sodimac Colombia S.A., almacenes Homecenter, es una empresa colombo-chilena, que cuenta con un 65% de acciones de la organización Corona de Colombia y un 35 % de Sodimac Falabella de Chile. Sociedad que se estableció en el año de 1993 con la estructuración del primer almacén: Américas Homecenter.

Con esta sociedad arranca la expansión de la cadena en Bogotá y en 1994 se abre el segundo almacén en la Avenida El Dorado con el doble de área que el anterior, es decir, 4.000 metros cuadrado

En 1997 llega la construcción del almacén Homecenter Sodimac Corona de la Calle 80, de 6.800 metros cuadrados; en 1998 la cadena se amplía con la construcción del almacén de la Avenida 68 Sur; el almacén del Norte se abrió a finales del año 1999 y a partir del año 2002 empieza la expansión de almacenes fuera de Bogotá con la apertura de la tienda Homecenter Medellín y en el año 2003.

Homecenter Cali que incursiona con el nuevo formato Constructor. Este año la compañía abrió la tienda Homecenter Barranquilla, con 12.500 metros cuadrados de venta y un área total de 40.000 metros cuadrados.

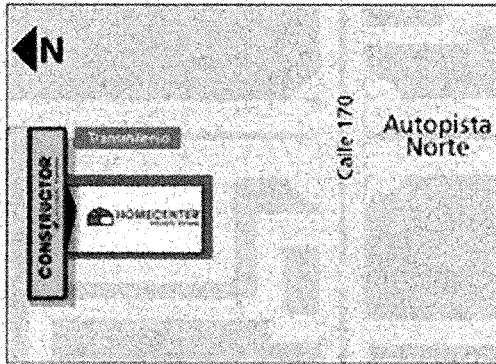
La rápida expansión de Sodimac Colombia S.A. ha sido posible gracias al gran mercado que Colombia ofrece: 45 millones de habitantes y el más alto poder adquisitivo de la Comunidad de Países Andinos según las últimas cifras del Banco Mundial para el PIB. Cabe señalar que Bogotá, la ciudad capital, cuenta con más de 7 millones de habitantes, que otras tres ciudades superan los 2 millones y cinco más pasan de los 500.000; lo que hace de Colombia un lugar privilegiado para que los inversionistas saquen provecho de sus diversos polos geográficos de desarrollo².

UBICACION

De acuerdo a la expansión de HOMECENTER, y su propósito de estar más cerca de todos los colombianos, posee en diferentes ciudades del país almacenes para satisfacer a todos los consumidores. Así, encontramos que:

En Bogotá, los almacenes HOMECENTER, se encuentran ubicados en:

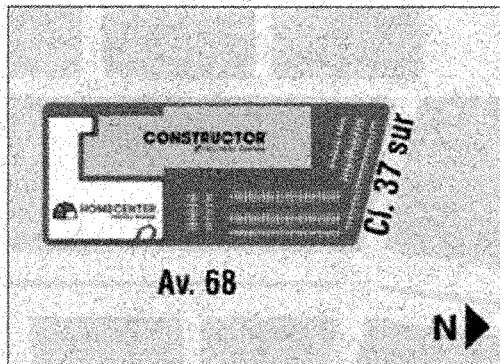
Norte



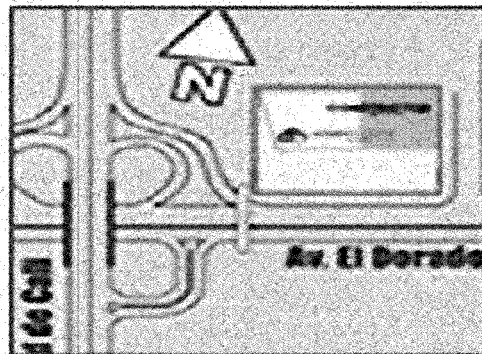
Calle 80



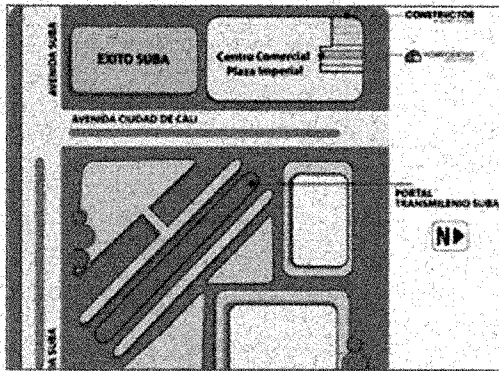
Sur



El Dorado



Suba



El Especialista

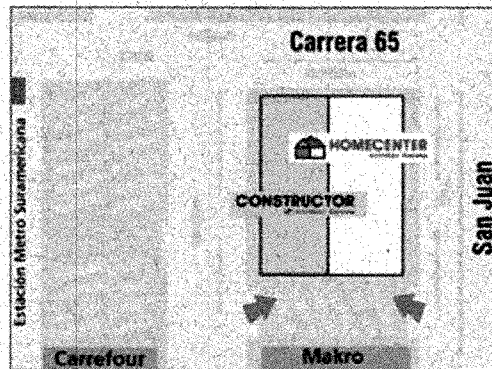


En Medellín, los almacenes HOMECEMENTO se encuentran en:

Medellín

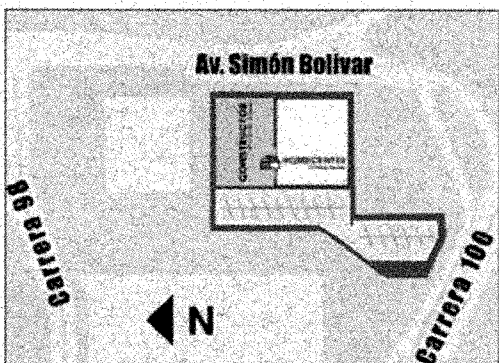


San Juan

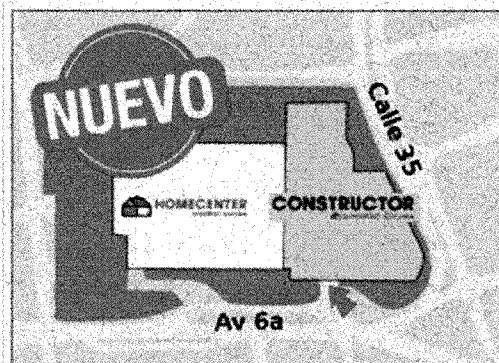


En Cali, los almacenes HOMECEMENTO se encuentran en:

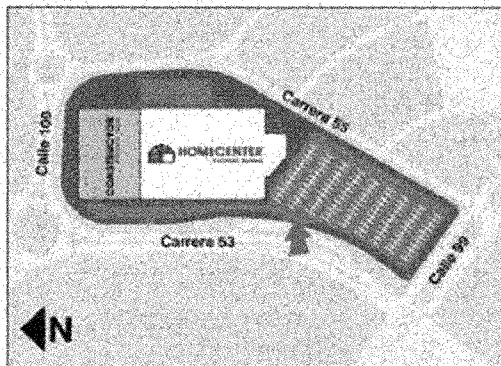
Cali



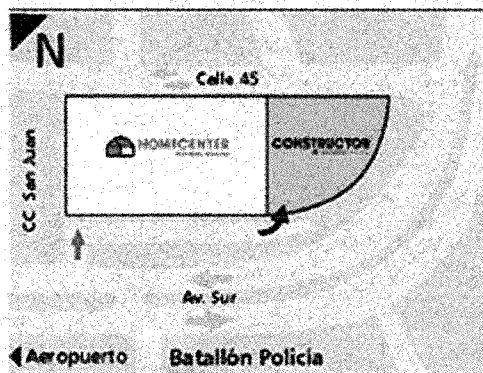
Cali sur



En Barranquilla, HOMECEMENTO se encuentra en:



En Pereira, HOME CENTER se encuentra en:



EQUIPO DE TRABAJO:

En nuestra empresa la etapa final de implantación se desarrolló con un equipo de trabajo dividido en dos grupos, uno de ellos dedicado a aspectos operacionales (procedimientos, contabilidad, tributaria, pruebas) y otro equipo técnico (desarrollo, coordinación con el proveedor, desarrollo de manuales, y pruebas). Ambos equipos trabajaron estrechamente ligados durante todo el desarrollo del proyecto.

MISION:

Dar siempre soluciones a familias y contratistas para que puedan concretar proyectos de construcción, mejoramiento y decoración de sus hogares mejorando la calidad de vida de las familias, a través de un servicio de excelencia con el mejor precio del mercado.

VISION:

"Quedarnos en el hogar e inmuebles de los colombianos y ser la elección del mercado profesional que los atiende".

OBJETIVOS:

1. Satisfacer las cambiantes necesidades de los clientes y encontrar para ellos respuestas satisfactorias, brindándoles el mejor servicio, con la mayor variedad de productos, todo en un mismo lugar y a los mejores precios.
2. Otorgarles asesoría a través de nuestro personal especializado brindando solución a sus problemas.
3. Consolidarnos como la primera cadena a nivel Sudamericano dedicado al mejoramiento del hogar.

OBJETIVOS OPERACIONALES:

- Orientación hacia el cliente
- Integridad
- Honestidad
- Ética
- Austeridad
- Responsabilidad y cumplimiento de compromiso
- Respeto
- Confianza
- Solidaridad y responsabilidad social
- Mejoramiento continuo

VALORES CORPORATIVOS:

- Calidad de servicio al cliente.
- Trabajo en equipo.
- Espíritu emprendedor.
- Respeto hacia todas las personas.
- Honestidad
- Búsqueda de la excelencia personal.

PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO:

Compañía orientada a dos mercados: el mejoramiento del hogar e inmuebles y el abastecimiento del mercado profesional que lo atiende.

- **MEJORAMIENTO HOGAR E INMUEBLES**

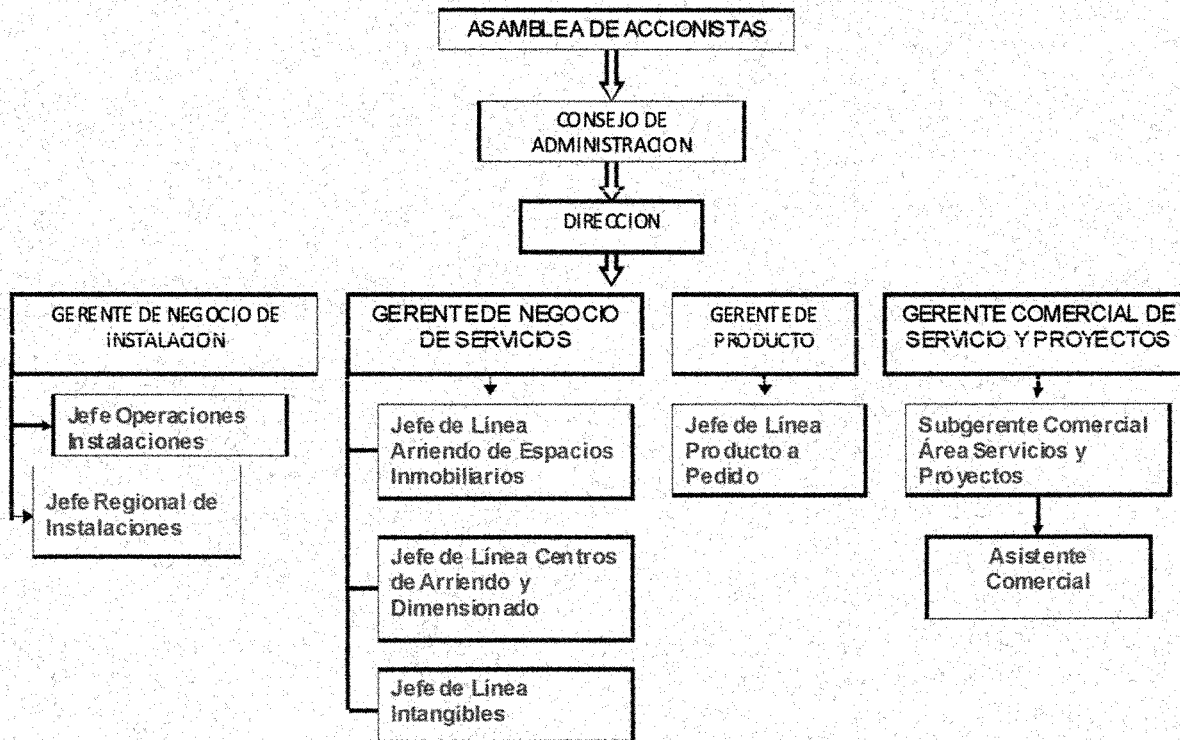
- Obra negra, obra gris, acabados, decoración y equipamiento.
- Mantenimiento y seguridad.

- **MERCADO PROFESIONAL QUE LO ATIENDE**

- Mantenimiento de propiedades.
- Reparaciones y remodelaciones.
- Constructores pequeños y contratistas generales
- Especialistas (plomeros, electricistas, carpinteros, etc.)
- Pequeños talleres fabricantes (talleres carpintería ornamentación, muebles cocina, etc.

ORGANIGRAMA

ORGANIGRAMA



En SODIMAC Colombia avanzamos guiados por elementos culturales, contruidos entre todos.

PASIÓN POR EL SERVICIO

Indagamos y entendemos las necesidades de nuestros clientes, agotamos alternativas para satisfacerlos con respuestas oportunas, expertas y amables para que disfruten su visita a las tiendas y tengan una experiencia de compra memorable, pues son nuestra razón de ser.

RESPONSABILIDAD Y DISCIPLINA

Cumplimos las responsabilidades y compromisos trabajando duro para superar las metas, evaluamos los resultados y tomamos acciones con sentido de urgencia, planeamos el trabajo y le hacemos seguimiento. Cumplimos normas legales, directrices y somos éticos en el actuar.

APRENDIZAJE, INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Cuidamos el talento humano, desarrollamos conocimientos, habilidades y actitudes, aprendiendo al escuchar a nuestros clientes y colaboradores, para mejorar continuamente y obtener resultados superiores, aplicando las mejores prácticas, evaluando continuamente, innovando en el mejoramiento continuo y ofreciendo una retribución justa al aporte de nuestra gente.

TRABAJO EN EQUIPO

Conocemos y compartimos los objetivos asignando las responsabilidades de cada uno en el equipo, escuchando y respetando sugerencias de los demás para acordar acciones o soluciones.

AUSTERIDAD Y SENCILLEZ

Trabajamos eficientemente de forma sencilla y práctica, nuestras comunicaciones son simples, claras y directas, tenemos pasión por el cambio y actuamos sin ostentación ni arrogancia.

NUESTRA MISIÓN:

Desarrollar e implementar programas sociales de alto impacto, que den respuesta a las expectativas y necesidades de los grupos de interés con los que interactúa la compañía (Accionistas, Empleados, Clientes, Proveedores, Medio Ambiente, Gobierno y Comunidad) mas allá del cumplimiento estricto de la ley, garantizando un equilibrio entre lo filantrópico y lo económico, buscando sostenibilidad, vinculación y sensibilización de nuestros empleados y el reconocimiento por parte de nuestros clientes.



ETICA EMPRESARIAL

Hace referencia a cómo la compañía integra un conjunto de valores éticos, que se aplican y guían en la interacción con los diferentes grupos de interés y en la toma de decisión en todos los niveles de la empresa en el día a día; e implica comportarse de acuerdo a los estándares legales, su adherencia a las leyes y regulaciones internas.

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Acciones tomadas por la empresa para contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades con las que interactúa y población vulnerable, apoyando iniciativas o causas sociales.

CALIDAD DE VIDA LABORAL

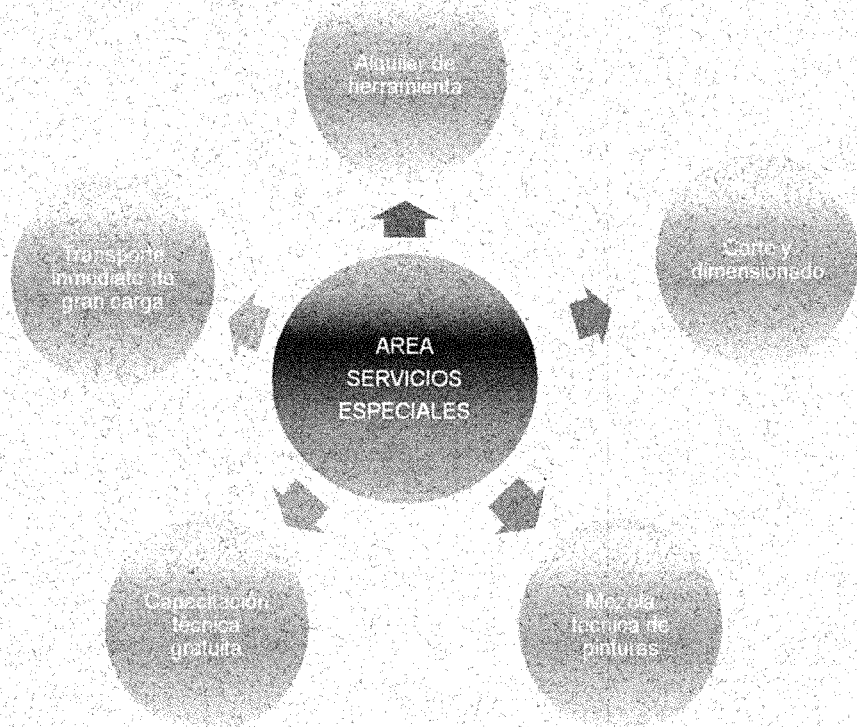
Se refiere a las políticas y prácticas que rigen el tema laboral en la compañía y que afectan directamente a los empleados: Generación de Empleo, Capacitación, Beneficios, compensación, equilibrio vida personal y laboral, no discriminación etc.

MEDIO AMBIENTE

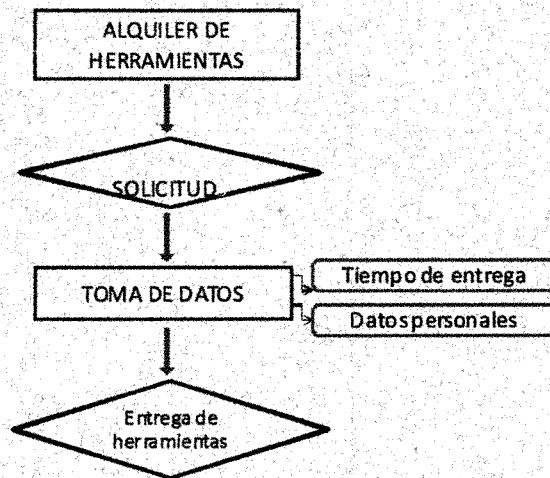
Responsabilidad de la compañía por contribuir a preservar el Medio Ambiente, desde una óptica que abarca las operaciones totales de la compañía.

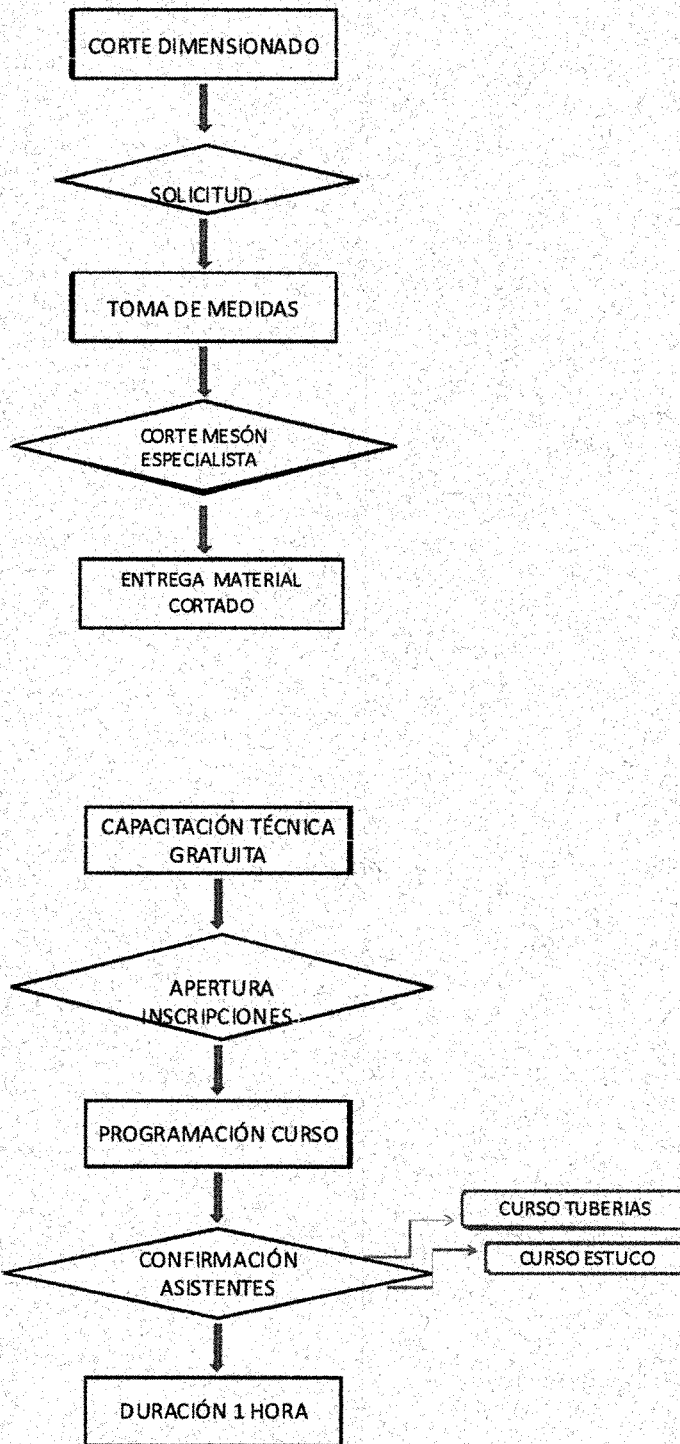
MARKETING RESPONSABLE

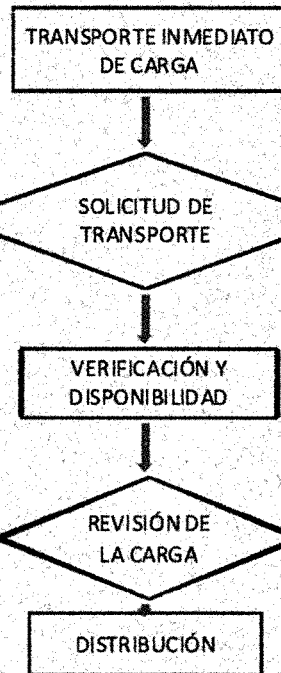
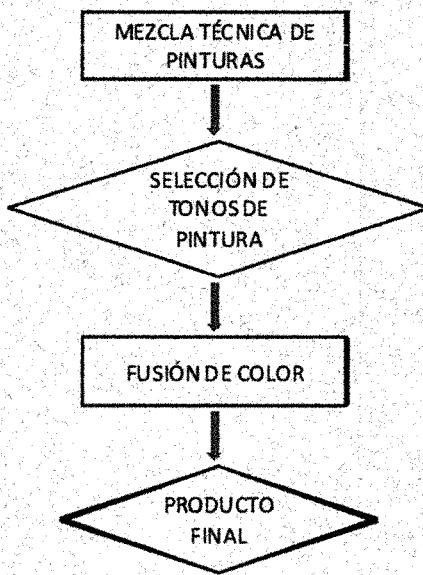
Actividades que definen las relaciones y comunicaciones de la compañía con sus diferentes Grupos de Interés, frente a los consumidores contempla no solo la divulgación de productos y servicios, si no su coherencia con la RSE de la compañía



PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS EN ÁREAS
















COMPETENCIA DIRECTA

Para el final del año 2009 llegara al país EASY que hace parte del grupo chileno centros comerciales sudamericanos s.a. (CENCOSUD).

Prestando servicios:

SERVICIOS	HOME CENTER	EASY
Material de construcción		
Servicios de transporte y traslados de mercancía		
Muebles y accesorios		
Herramientas y electrodomésticos		
Jardinería		

Programa de televisión	★	
Guardería	★	
Asesoramiento en hogar	★	★
Cursos de capacitación	★	
Mejor área de servicio	★	

CONSTRUCTOR

Constructor es el almacén mas fácil de recorrer gracias a su innovador circuito de compra que hace que el especialista, llámese constructor, arquitecto, maestro de obra, electricista, etc., pueda adquirir los materiales que requiere para su trabajo en las cantidades que los necesite sin perder tiempo y con una garantía de precios bajos. La promesa de precios está avalada en una garantía de devolver el 10% de la diferencia si el cliente demuestra que el mismo producto esta mas barato en otro local.

Entendiendo que muchos de los compradores del constructor, conocen lo que hace y lo que quieren, generalmente no requieren de asesoría experta, pero si rapidez para seleccionar, facilidad para cargar y pagar los productos. Así mismo algunas compras requieren transporte confiable a domicilio. Finalmente también encuentran asesoría experta y financiación y las marcas mas reconocidas por ellos.

SERVICIOS

Alquiler de herramienta

*Cuenta con el más amplio surtido de herramientas profesionales y maquinaria de la mejor calidad para las áreas de la Construcción, Carpintería, Pintura, Plomería

*Atiende 7 días en la semana en todos sus almacenes

*Otorga descuentos del 15% y 30% según el tiempo de alquiler

*Cuenta con una **línea Gratuita Nacional 01 8000 115 150 y en Bogotá 30 77 115**

Proceso de alquiler de herramienta

1. Dirijase al Centro de alquiler de herramientas en su almacén CONSTRUCTOR más cercano.
2. Elija la herramienta que necesita
3. Consulte el valor de alquiler y el monto del depósito que debe dejar como garantía
4. Diligencie el contrato de alquiler
5. Cancele el valor del alquiler y el monto de la garantía en la caja respectiva.

Corte de materiales

- *Ahorra tiempo y dinero alistando las piezas que necesita para la obra
- *Hace el trabajo fácil al transportar el material listo para el proyecto
- *Minimiza la cantidad de desperdicios de la obra
- *Disponga del nuestro servicio durante los mismos horarios de operación del almacén

Como utilizar el servicio de corte

1. Seleccione los materiales necesarios para su obra
2. Dirijase al centro de corte ubicado en todos nuestros almacenes
3. Asesórese de nuestro personal
4. Cancele el valor en la caja respectiva

Despacho a domicilio

- 1. Despacho Normal:** Entregamos sus materiales entre las 07:00 a.m. y las 07:00 p.m. del día siguiente a la compra.
- 2. Despacho Express:** Si realiza la compra antes de las 3:00p.m, llevamos su mercancía el mismo día a más tardar a las 7:00 p.m. Si la compra se realiza después de las 3:00 p.m. La entrega se hará efectiva antes de las 12:00m del día siguiente. Depende de la disponibilidad de vehículos y el volumen del pedido, estos horarios se garantizan para la zona 1 de la tienda.
- 3. Despacho Inmediato:** Si quiere llevarse su mercancía en el mismo momento que la cancela. La tarifa del servicio tiene un tope básico de 750Kg (2 mts³) a partir de este peso se cobra un valor por kilogramo adicional.
- 4. Despacho Programado:** La entrega se realizará en la fecha que promete el proveedor o fabricante, sólo aplica para productos sobre pedido.

Asesorías /Cap.

C.A.P. Centro de Atención al Profesional. Una oficina pensada para Usted

Centro de Atención al Profesional CAP una oficina pensada en el cliente, allí se podrá encontrar toda la información técnica que se requiera para obras con asesoría especializada, cálculo de cantidades de obra, despieces y cotizaciones para que no pierda tiempo nunca

Servicios adicionales

- * Corte de materiales y cerámica
- * Alquiler de herramientas
- * Mezcla de pinturas
- * Lista de regalos
- * Despacho a domicilio inmediato o programado
- * Bonos de regalo
- * Guardería
- * Parqueadero
- * Cursos en tiendas
- * Instalación de productos
- * Garantía extendida/ Project Center

MOMENTOS DE VERDAD

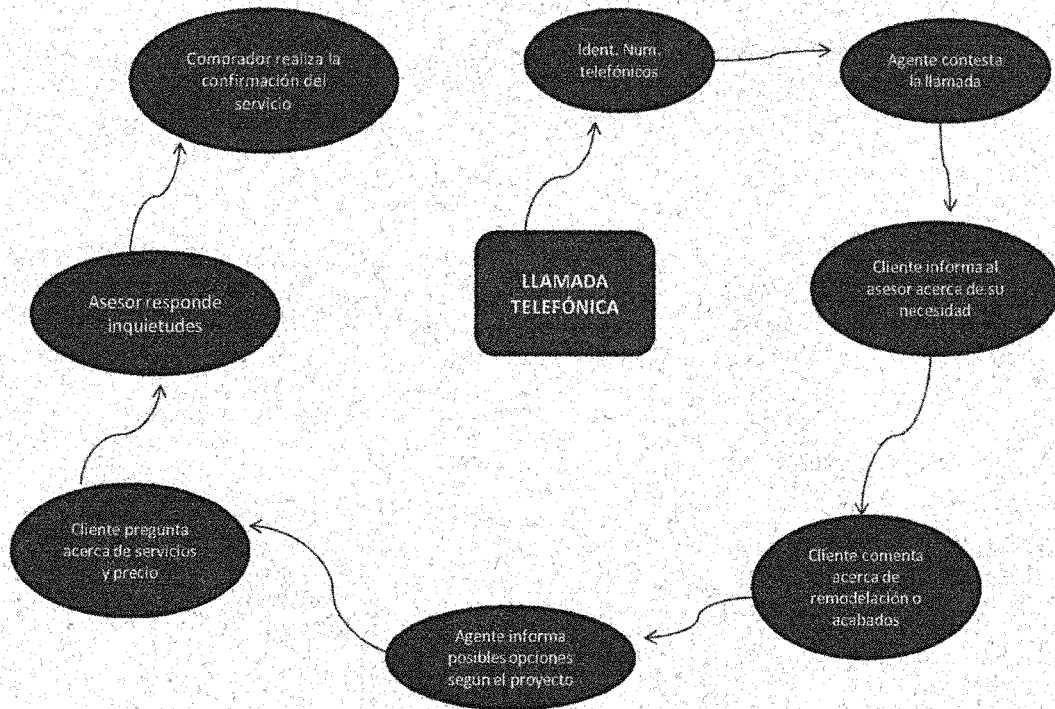
De acuerdo a las visitas realizadas quisimos resaltar ciertas pautas esenciales en cuanto a los momentos de verdad en general de **CONSTRUCTOR**

- ▶ * LLAMADA TELEFONICA
- ▶ *PERSONAL Y COMPRA
- ▶ *PERSONAL Y ALQUILER

Lo que se destaca de estos momentos es todo el proceso que realiza el cliente y el asesor en cuanto a la realización de la compra o la adquisición del servicio:

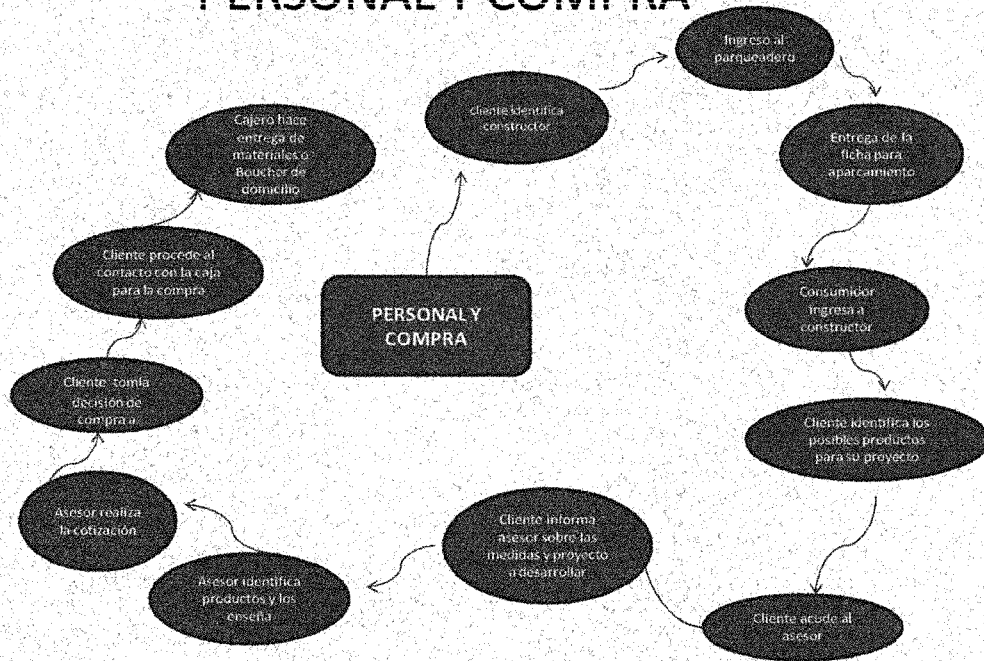
En la llamada telefónica es donde el cliente llama se comunica con el asesor y determina su necesidad para el proyecto a desarrollar.

LLAMADA TELEFÓNICA



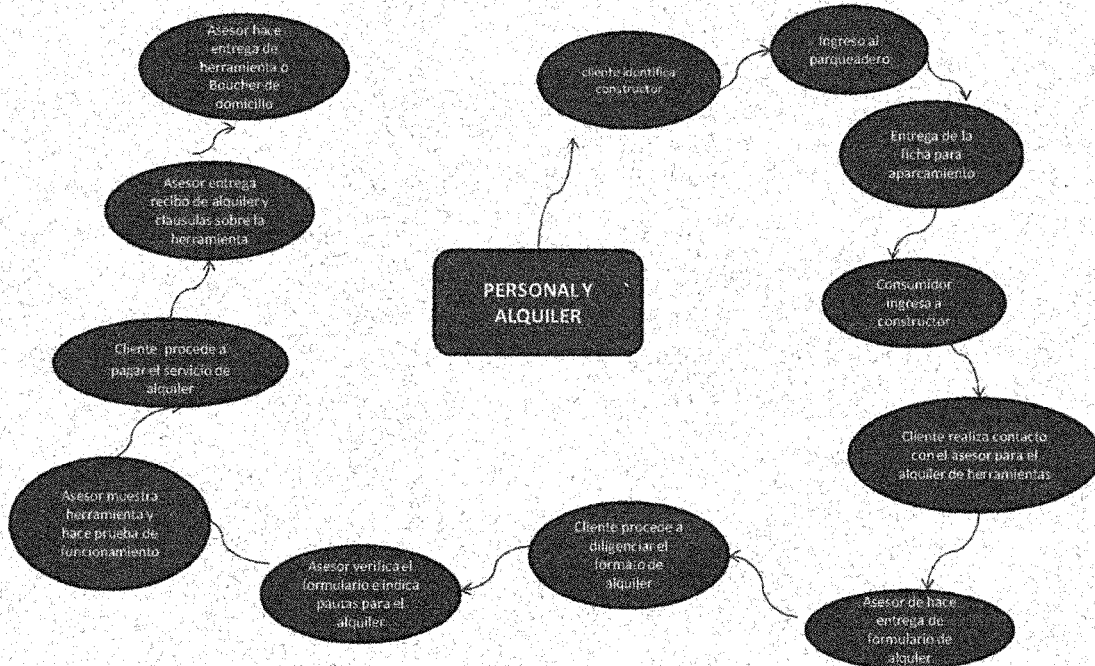
En cuanto al personal y compra es donde se destaca toda la parte de la compra directa en el almacén y el proceso para la realización de esta.

PERSONAL Y COMPRA



Por ultimo personal y alquiler ya lo tomamos como un servicio tanto adicional como especial de constructor.

PERSONAL Y ALQUILER




A continuación se muestran los diferentes cuadros en cuanto a los servicios y prestación de ellos en **CONSTRUCTOR**.

Cuadro^o1

Clasificación de los servicios de constructor en cuanto el origen y naturaleza

NATURALEZA DE LOS SERVICIOS				
ORIGEN	FÍSICOS	FUNCIONALES		PSICOLÓGICOS
		Comerciales	Financieros	
 Criterios Baños Acabados	muestras de productos en el área de constructor por los asesores	garantía publicidad ofertas especiales	facilidad de pago tarjeta Falabella descuentos, remates y saldos	marca con gran reconocimiento y buena calidad
 Eternit	presentación de tamaños de tejas a partir de 3 metros	Gran distribución a través de constructor único proveedor en homecenter	variedad de precios en cuanto a la calidad del producto facilidad de pago	Reconocimiento en nivel de calidad en tejas. 
Servicios	Buena espada para traslado de personal Climatización no apta Señalización adecuada Diferenciación de áreas Facilidad de parqueo Facilidad obtención de precios Música a alto nivel	Buena publicidad para promoción de eventos especiales (ej. Matrimonios) Apertura de domingo a domingo Adecuado servicio al cliente e información vía televisión e internet Buena atención al cliente 	facilidad de pago: tarjeta Falabella tarjeta condensa tarjeta homecenter Descuentos fechas aniversario   	Se maneja una buena imagen del establecimiento, permitiendo fácil desplazamiento por su tamaño Puntos de pago significativos que permiten agilizar los procesos de compra Accesibilidad al público gracias a la gran distribución dentro de la ciudad.

NATURALEZA DE LOS SERVICIOS				
ORIGEN	FÍSICOS	FUNCIONALES		PSICOLÓGICOS
<i>Personal de servicios</i>		Comerciales	Financieros	
Cajeros	Entrega adecuada de recibos	Transporte a domicilio		Adecuado asesoramiento
Asesores de producto	de compra materiales y	de materiales		por parte del
por áreas	productos empacados	Escasez de personal		personal
	correctamente.	en áreas		Baja capacidad del personal
		Personal uniformado		respecto a todas las áreas
		adecuadamente		establecidas
		Alquiler de		
		herramientas		
		Asesoramiento hogar		
		Cursos de capacitación		

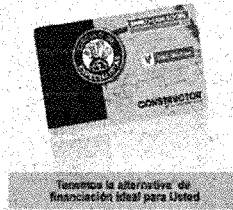
Cuadro nº2




Análisis del flujo de servicio en este cuadro identificamos todos los momentos de verdad en cinco pasos fundamentales:

- *antes de la compra
- *fuera de constructor
- *dentro de constructor
- *durante la compra
- *después de la compra

Análisis flujo de servicio

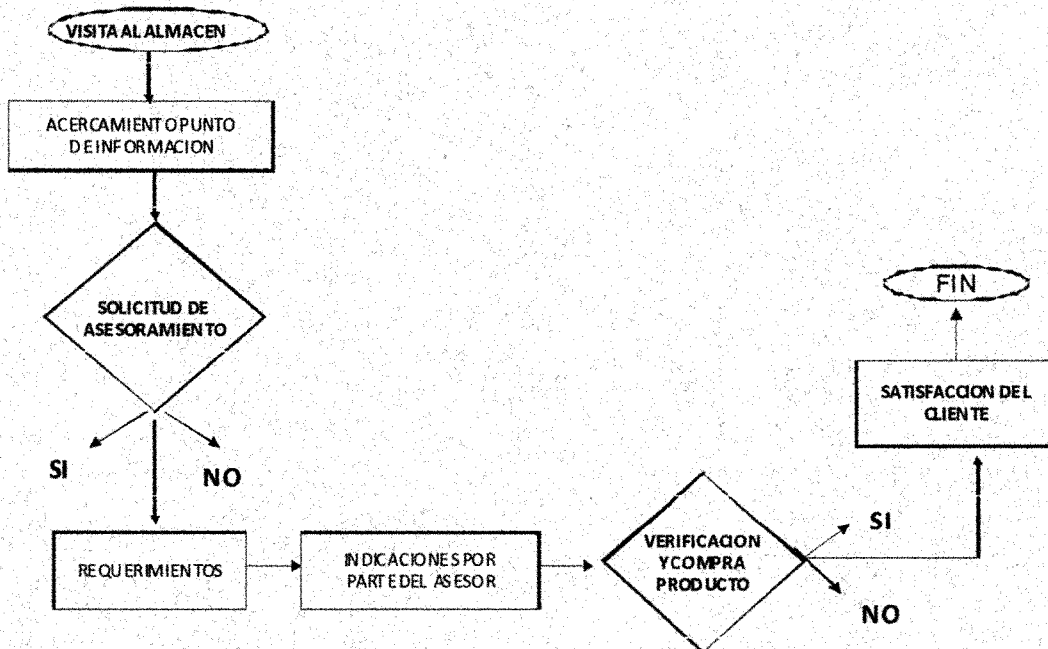
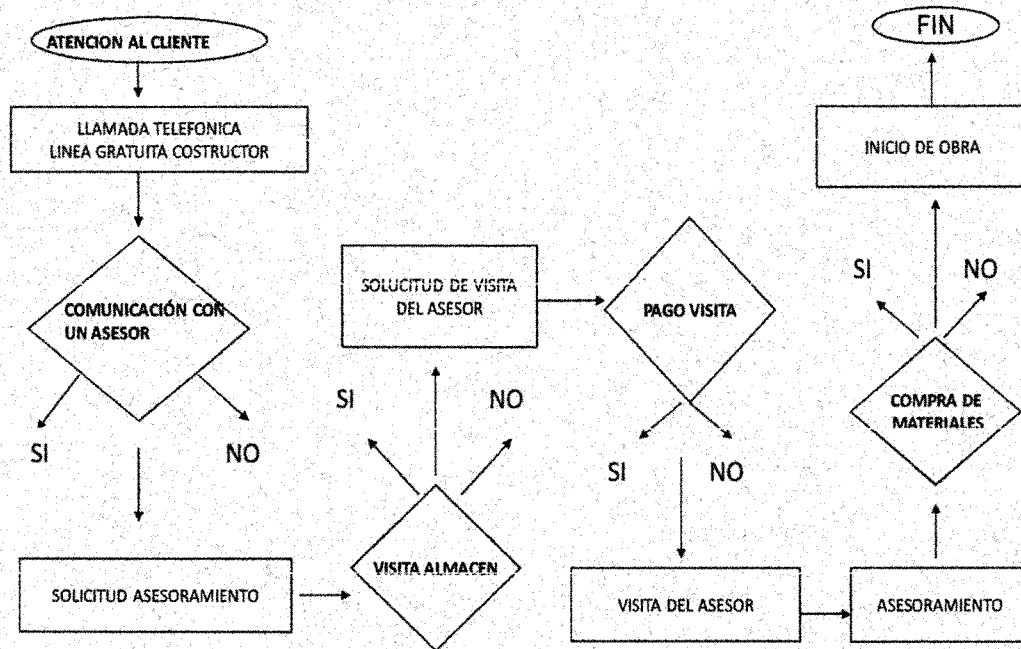
ANTES DE LA COMPRA			
FUERA DE CONSTRUCTOR	DENTRO DE CONSTRUCTOR	DURANTE LA COMPRA	DESPUES DE LA COMPRA
<p>parques de 2 sólaos</p> <p>www.constructor.com.co</p> <p>serviciocliente@constructor.com.co</p> <p>tel: 018000115150 / Bta : 3077115</p> <p>Colores dstintivos: amarillo y negro</p> <p>2 entradas</p> <p>Vías de Acceso: Av el ciabi y Cali</p>	<p>El personal de aseo realiza su función continuamente.</p> <p>El nivel auditivo de la ambientación es agradable</p> <p>Seguridad se encuentra encada pabellondos vigilantes</p> <p>Climatización no cuenta con el sistema de aire acondicionado</p> <p>Cuidadon la adecuada para los materiales que se manejan</p> <p>CI 50 # 82 - 55</p>	<p>probadores para el alquiler de maquinaria</p> <p>Manejo de maquinas de carga.</p> <p>Precios siempre bajos</p> <p>Facilidades de pago: condensa falabela y tarjetas de crédito</p> <p>Pagos de crédito con las tarjetas.</p> <p>por cada 2000 ladrillos cuenta con un servicio adicional</p> <p>competencia integral por cada integrante de constructor.</p> <p>su confianza se debe a la experiencia</p>	<p>entregade recibo y de bolsas</p> <p>para productos de tamaño pequeño</p> <p>El servicio de domicilio se maneja de acuerdo al producto y la cantidad.</p> <p>se realizan devoluciones de todo tipo presentando una serie de requisitos en un tiempo determinado manejan lista de regalos</p>



ANTES DE LA COMPRA			
FUERA DE CONSTRUCTOR	DENTRO DE CONSTRUCTOR	DURANTE LA COMPRA	
	 Marcas: ojo verde, territ. stands: clipper, co la fibron. Señalización: corredores, se señalan materiales y precios. Revistas y Folletos ubicados cerca al centro de atención al cliente. Suicidio: debido a sus gran suicidio maneja desde pegantes para esquinas hasta metales pesados. Precios: de acuerdo a la cantidad y por metros.	Manejo de materiales. asesoramiento por parte de todas las personas de constructor sea su área.	DESPUES DE LA COMPRA

Cuadro nº 3 diagrama descomposición de tareas aquí identificamos las constantes acciones y decisiones del cliente a la hora de realizar todo el ciclo de su compra

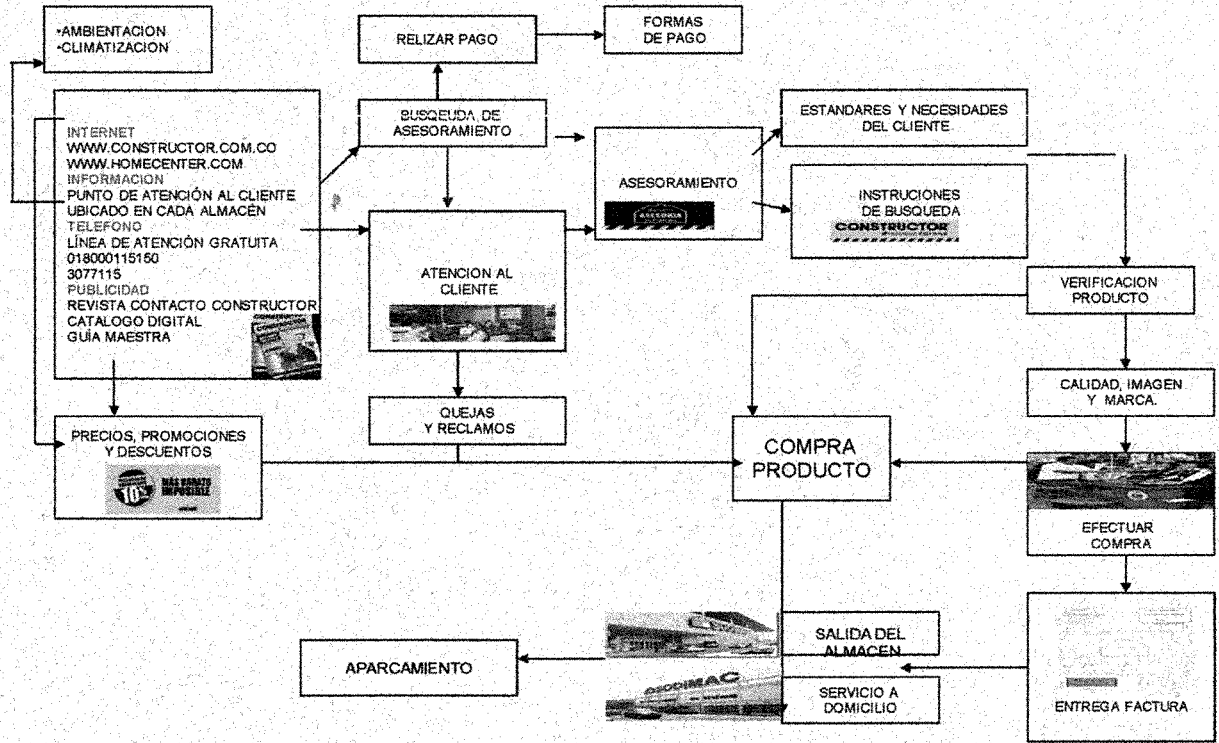
DIAGRAMA DE DESCOMPÓSICION DE TAREAS



Cuadro n°4

Grafo del servicio es este diagrama el que nos muestra todos los momentos de verdad de la investigación realizada.

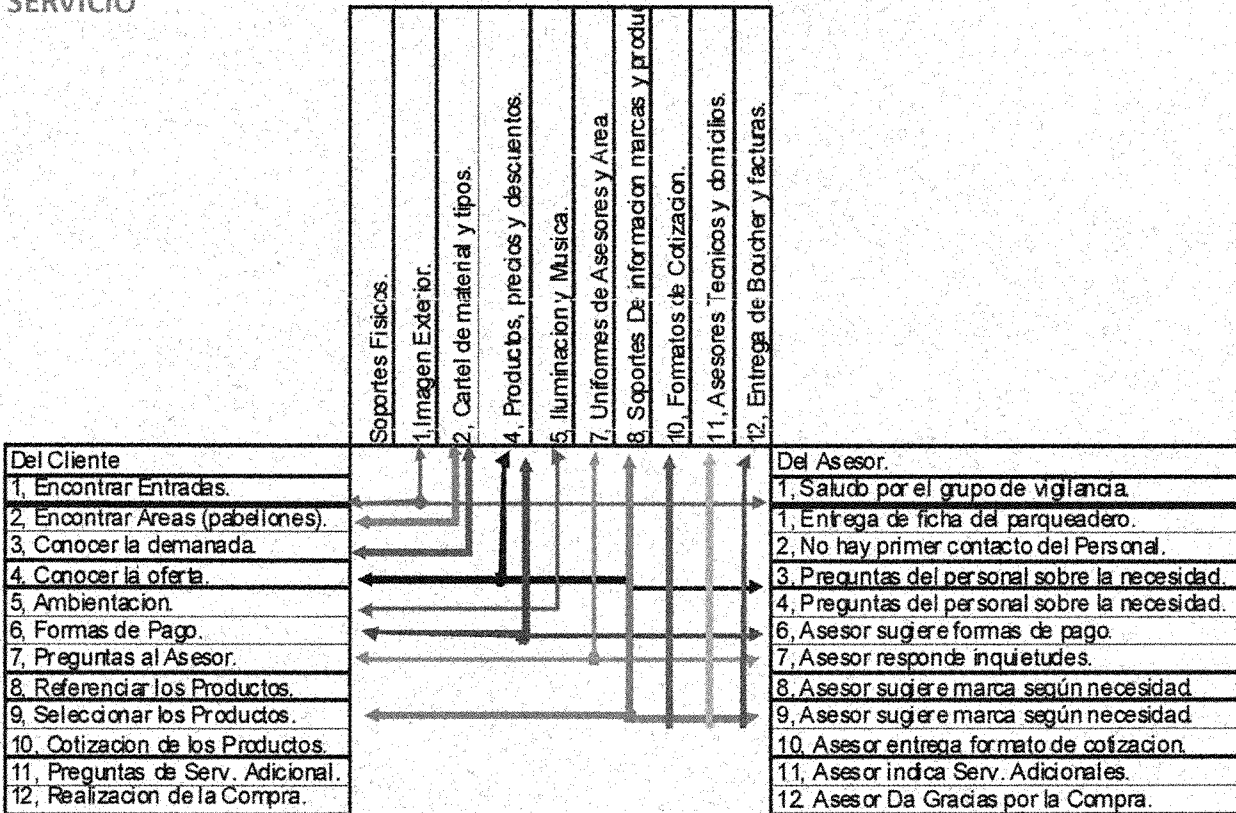
GRAFO DEL SERVICIO



Cuadro nº 5

Servuccion del servicio aquí identificamos las necesidades del cliente y los elementos que ofrece constructor para satisfacer estas necesidades como los soporte físicos de la compañía y el papel de los empleados.

SERVUCCION DEL SERVICIO



QUEJAS, RECLAMOS Y/O SUGERENCIA VIA TELEFONICA:

El procedimiento que se lleva a cabo en cuanto a la queja reclamo o sugerencia telefónicamente es: como primera medida llamar al call center y comunicarse con una asesora u asesor comentarle la inquietud que desea que resuelvan y por ultimo escuchar la solución.

QUEJA RECLAMO O COMENTARIO POSITIVO VIA INTERNET:

En la página de homecenter tienen un formulario de queja, reclamo o comentario positivo para que las personas que deseen dar su opinión acerca del servicio que presta el almacén tengan como hacerlo libremente y desde sus hogares.

Igualmente cuentan con unos correos a los que las personas pueden enviar sus preguntas para ser respondidas totalmente por alguien de la empresa que son:

servicioalcliente@homecenter.com.co

servicioalcliente@constructor.com.co

ventaempresas@homecenter.com.co

FORMULARIO DE SUGERENCIA, QUEJA, RECLAMO Y COMENTARIO POSITIVO

Los campos marcados con * son obligatorios.

Paso 1. Información Personal

Nombres: * * campo obligatorio

Apellidos: * * campo obligatorio

Tipo de documento: CC CE Nit Otro

Identificación: *

Ciudad: * Use solo letras para los nombres de ciudades

Almacén:

Dirección de residencia:

Empresa:

Cargo:

Dirección oficina

Teléfono residencia:

Teléfono oficina:

Si estás interesado(a) en recibir información sobre las acciones realizadas, por favor, déjanos tu email.

Email: * + cuenta inválida

Paso 2. Sugerencia, queja, reclamo o comentario positivo *

- Motivos:
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Amabilidad y disposición de nuestro personal | <input type="checkbox"/> Precios de los productos y/o servicios |
| <input type="checkbox"/> Información y/o asesoría sobre productos | <input type="checkbox"/> Tiempo de atención a sus solicitudes |
| <input type="checkbox"/> Calidad de producto | <input type="checkbox"/> Comentarios positivos del servicio recibido |
| <input type="checkbox"/> Surtido de productos del almacén | <input type="checkbox"/> Aspectos general del almacén |
| <input type="checkbox"/> Promociones anunciadas | <input type="checkbox"/> Atención telefónica |
| <input type="checkbox"/> Material informativo ubicado en el almacén | <input type="checkbox"/> Otros motivos (amplíe su solicitud) |

* Su comentario es importante para nosotros

Ampliación: *

Homecenter toma muy en serio la privacidad de la información que nos suministra. Por favor lee los términos y condiciones del Sitio Sodimac Colombia.

Limpiar forma

Enviar

A continuación las preguntas mas frecuentes que hacen las personas a homecenter:

ACERCA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

¿En dónde puedo preguntar los usos y características de los productos?

Puede dirigirse a nuestros almacenes, donde encontrará asesores capacitados que atenderán y resolverán todas sus inquietudes. También, en nuestra línea de Servicio al Cliente le brindamos información sobre los usos y características de algunos de nuestros productos. Para brindarle un mejor servicio le solicitamos tener la descripción completa del producto o el código del mismo.

¿Puedo obtener cotizaciones y realizar compra de productos vía telefónica?

Usted puede obtener información de precios y disponibilidad de algunos de nuestros productos en nuestra línea de Servicio al Cliente, o si lo prefiere pueden solicitar una cotización escrita que le enviaremos al fax o dirección electrónica que nos indique. Para brindarle un mejor servicio le solicitamos tener la descripción completa del producto o el código del mismo. Actualmente sólo tenemos venta telefónica en unas zonas del país.

¿Qué servicios adicionales ofrecen los almacenes?

Los almacenes Homecenter y Constructor ofrecen una variedad de servicios adicionales e innovadores que le servirán de complemento para la realización de su proyecto de construcción o remodelación. Estos servicios son:

- Corte de materiales y cerámica
- Alquiler de herramientas
- Mezcla de pinturas
- Lista de regalos
- Despacho a domicilio inmediato o programado
- Bonos de regalo
- Guardería
- Parqueadero
- Cursos en tiendas
- Instalación de productos
- Garantía extendida
- Project center

ACERCA DE DESPACHOS Y DOMICILIOS

¿En donde puedo obtener información acerca de un envío a domicilio?

A través de nuestra línea de Servicio al Cliente puede confirmar el estado de su despacho a domicilio y en caso de requerirlo, pueden solicitar cambiar la fecha de entrega

¿Qué horarios tiene el área de despachos para la entrega de domicilios?

El horario del área de despachos para la entrega de domicilios es de lunes a domingo de 7:00 a.m. a 7:00 p.m. Los pedidos se entregan 24 horas después de cancelado el producto y el despacho a domicilio.

ACERCA INSTALACIONES REALIZADAS POR HOMECENTER

¿Dónde puedo obtener información sobre el precio de la toma de medidas e instalación de un piso laminado, cerámico o porcelanato?

En nuestra línea de Servicio al Cliente le brindamos información sobre las instalaciones de piso laminado, cerámico y porcelanato realizadas directamente por Homecenter y resolvemos sus inquietudes sobre precio de la toma de medidas, programación, y zonas en las cuales se presta este servicio.

¿En cuánto tiempo me contactarán para la programación de una toma de medidas o una instalación realizada por Homecenter?

Instalaciones de Homecenter lo contactará el siguiente día hábil al que usted realizó el pago en la caja del almacén, de la visita para toma de medidas o instalación, para programar la visita correspondiente. Es importante que la facturación se realice a nombre de la persona que solicita la programación de la visita.

ACERCA PROVEEDORES

¿Como puedo ofrecer mis productos a homecenter?

Debe enviar el catálogo de productos, la lista de precios y la propuesta económica, a las oficinas administrativas ubicadas en la carrera 68D No. 80-70 en Bogotá. La oferta es evaluada por el gerente de negocio correspondiente y si es favorable, será contactado por él.

¿Qué debo hacer para ingresar a las mallas de proveedores de los almacenes?

Cuando el nuevo proveedor va a realizar la primera entrega, debe comunicarse con el área de recibo de los almacenes con el fin de concertar la cita para entregar el pedido y acordar el día y la hora en la cual le recibirán sus pedidos de allí en adelante.

¿Qué documentos debo anexar para realizar la entrega de pedidos?

Para realizar la entrega de pedidos en los almacenes debe presentar lo siguiente: factura vigente (dentro del mes de entrega) y que cumpla con las normas legales establecidas (sin enmendaduras y sin datos errados).

¿Por qué causas se pueden devolver los pedidos?

Son causales de rechazo de los productos:

1. El código de barras del producto errado.
2. El empaque del producto en mal estado.
3. El producto no fue pedido dentro de la orden de compra que se está recibiendo.
4. El producto se encuentra en mal estado.
5. Existe un sobrante de producto.

Son causales de rechazo de pedidos:

1. La orden de compra se encuentra totalmente recibida o cancelada.
2. La factura no cumple con las normas legales establecidas.
3. El vehículo llega fuera de la hora programada.
4. El vehículo no atiende el llamado para ingresar al muelle.

¿Que debo hacer si no puedo cumplir con la fecha y hora de entrega establecidas?

Se debe comunicar un día antes de la fecha de entrega establecida, para realizar una nueva programación de entrega para ese pedido. No se varía la malla de recepción definida.

¿Que pasa si un producto del pedido que estoy entregando presenta alguna novedad?

En caso que algún producto del pedido presente alguna novedad (cantidad sobrante, producto en mal estado, cantidad faltante), se reciben los demás productos y se genera una novedad escrita de la cual se entrega copia al proveedor.

¿Existe alguna herramienta que me permita verificar el estado de mis cuentas?

Si existe. Es un extracto de cuenta que se puede solicitar mensualmente al área de contabilidad de las oficinas administrativas, en el cual se encuentra la información correspondiente a las facturas causadas, las notas contables causadas, la factura en la cual se aplican las notas y el monto aplicado

¿Qué documentos debo entregar para ser registrado como proveedor?

Debe diligenciar el formato registro de proveedores, el cual debe ser firmado por el representante legal y autenticado en notaría. Anexar el certificado de la Cámara de Comercio vigente (menos de un mes). Entregar la documentación completa en un sobre dirigido a la Tesorería Central en las oficinas administrativas ubicadas en Bogotá.

¿Qué debo hacer si requiero cambiar la cuenta en la que se deben realizar mis pagos?

Es necesario radicar en las oficinas administrativas ubicadas en Bogotá, una carta firmada por el representante legal de la compañía, autenticada, con sello de la empresa y anexar el certificado de la Cámara de Comercio vigente (menos de un mes). La carta debe dirigirse a la Tesorería Central. La cuenta inscrita deberá conservarse mínimo seis meses.

¿Qué debo hacer si requiero que los pagos de mis facturas se realicen a una fiducia o a un patrimonio autónomo?

Se debe enviar una carta a la Tesorería Central firmada por el representante legal y autenticada, en la cual solicita que el pago de las facturas se realice al tercero. Adicionalmente, la fiduciaria debe enviar una carta en la cual certifica que el proveedor es cliente suyo y que va a manejar los fondos a través de esta.

¿En qué días se realiza el pago de facturas en cheque?

Los pagos en cheque físico se realizan en las oficinas administrativas ubicadas de Bogotá, los días lunes de 3 p.m. a 4 p.m. Para reclamarlos se deben anexar los siguientes documentos: Carta de autorización de retiro del cheque firmada por un gerente o jefe, y sello de la empresa.

¿Qué es la negociación de facturas por pronto pago?

Es un mecanismo a través del cual el proveedor puede solicitar que se pague la factura antes del tiempo pactado, realizando un descuento.

¿Cómo puedo acceder a la negociación de facturas por pronto pago?

Debe comunicarse con el área de Tesorería en Bogotá, en el teléfono (1) 546 0000 extensión 22209, para negociar las condiciones del descuento. Posteriormente debe enviar antes del día viernes, una carta dirigida al área de Tesorería, que contenga la siguiente información: La tasa de interés negociada, una relación de las facturas sobre las que se hizo la negociación, incluyendo el valor bruto y la fecha de vencimiento de cada una y la firma del representante legal de la empresa. Debe anexar el certificado de la Cámara de Comercio vigente (menos de un mes).

ACERCA DE DEVOLUCIONES

¿Puedo hacer una devolución de un producto en un almacén diferente al que hice la compra?

Podrá realizar devoluciones en cualquier almacén sin importar donde haya realizado la compra.

¿Qué debo hacer para realizar la devolución de un producto?

Usted puede devolver la mercancía que le sobre en la realización de su proyecto o que no se ajuste a su necesidad.

Para cualquier devolución tenga en cuenta lo siguiente:

- La factura de compra es necesaria para toda devolución.
- Debe presentar en el almacén un documento que lo identifique, con su número de cedula.
- La mercancía debe estar en perfecto estado, completa (con catálogos y accesorios) y en su empaque original, de modo que esté apta para la venta.
- Usted puede hacer devoluciones máximo 30 días después de su compra.
- Por razones de salubridad, no se aceptan devoluciones de boquillas, guantes, overoles, zapatos de seguridad, prendas después de usadas o productos perecederos. Sólo se recibirá devolución de esta mercancía si una vez revisada se determina que tiene problemas de calidad.
- No se acepta devolución de los siguientes productos salvo que presenten problemas de calidad: pinturas mezcladas, productos de Locura center, productos de liquidación, productos hechos a la medida, y en general los productos que hayan sido cortados.

- Una vez realizada la devolución, usted recibirá una Nota Devolución, el valor el valor de la misma.
- Podrá utilizar la Nota Devolución, de manera parcial, en cualquier almacén a nivel nacional.
- Usted tiene 90 días para la utilización total de la Nota Devolución.
- La Nota Devolución es un título valor. La empresa no se responsabiliza por la pérdida de ésta, la cual no tiene reposición y se pagará al portador.

TIPOS DE CLIENTES

Los tipos de clientes que se manejan normalmente son:

- ✓ Los clientes potenciales.
- ✓ Los clientes reales o actuales
- ✓ El cliente objetivo.

Clientes Potenciales: Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este *tipo de clientes* es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros.

El cliente potencial para homecenter es:

- ✓ Maestros contratistas o profesionales (circulo de especialistas)
- ✓ Constructoras (cusezar y colpatria)
- ✓ Instituciones publicas o privadas
- ✓ Familias con proyectos de decoración, remodelación, re decoracion y acabados.
- ✓ Constructores pequeños y medianos (Plomeros, Carpinteros, Ferreterías, Pintor, Seguridad, Electricista)

Clientes Actuales: Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este *tipo de clientes* es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

El cliente real o actual para homecenter es:

- ✓ Albañiles
- ✓ Electricistas
- ✓ Carpinteros
- ✓ Plomeros
- ✓ Las familias colombianas
- ✓ Ferreterías
- ✓ Constructores pequeños y contratistas generales.

Cliente objetivo: es aquel al que la empresa u organización quiere llegar en un futuro para poder tener un mejor posicionamiento en el mercado. Este *tipo de cliente* es el que podría generar un volumen de ventas mayor durante un corto mediano o largo plazo.

El cliente objetivo para homecenter es:

- ✓ Grandes compañías constructoras (todos y cada uno de los hogares colombianos)
- ✓ Empresas e industrias.
- ✓ Fondos de empleados.
- ✓ Empresas de servicios.
- ✓ Entidades educativas contratistas y profesionales.

PUNTOS CRITICOS DENTRO DEL GRAFO DE SERVICIO:

Algunas de las fallas que encontramos dentro de la organización, es decir los puntos críticos dentro del grafo del servicio fueron:

- ✓ Ambientación
- ✓ Facilidad de acceso
- ✓ Circulación
- ✓ Señalización
- ✓ Búsqueda de asesoramiento
- ✓ Instrucciones de búsqueda CONSTRUCTOR

AMBIENTACION: por que en algunas ocasiones el volumen de la música es bastante alto e incomodo para el oído de las personas.

FACILIDAD DE ACCESO: en algunos casos es difícil encontrar como acceder al almacén ya que algunas veces permanece demasiado lleno y es bastante complicado conseguir un lugar donde parquear el auto o la movilidad dentro del almacén es muy incomoda; igualmente para acceder al almacén es realmente dificultoso por que solo cuenta con una entrada principal y las personas que llegan de las diferentes partes de Bogotá no encuentran como llegar a ella.

CIRCULACION: se vuelve muy incomoda la circulación dentro de el almacén por el concurrido nivel de personas que se desplazan dentro de el.

SEÑALIZACION: no hay mucha ayuda en cuanto a la señalización de cada una de las áreas del almacén ya que la gente debe preguntar o perderse para encontrar el área buscada.

BUSQUEDA DE ASESORAMIENTO: para que se pueda encontrar algún asesor disponible es muy difícil ya que algunos no le prestan la atención adecuada al cliente o se encuentran ya ocupados.

INSTRUCCIONES DE BÚSQUEDA CONSTRUCTOR: el almacén no cuenta con la debida señalización de en donde se encuentra el área de constructor.

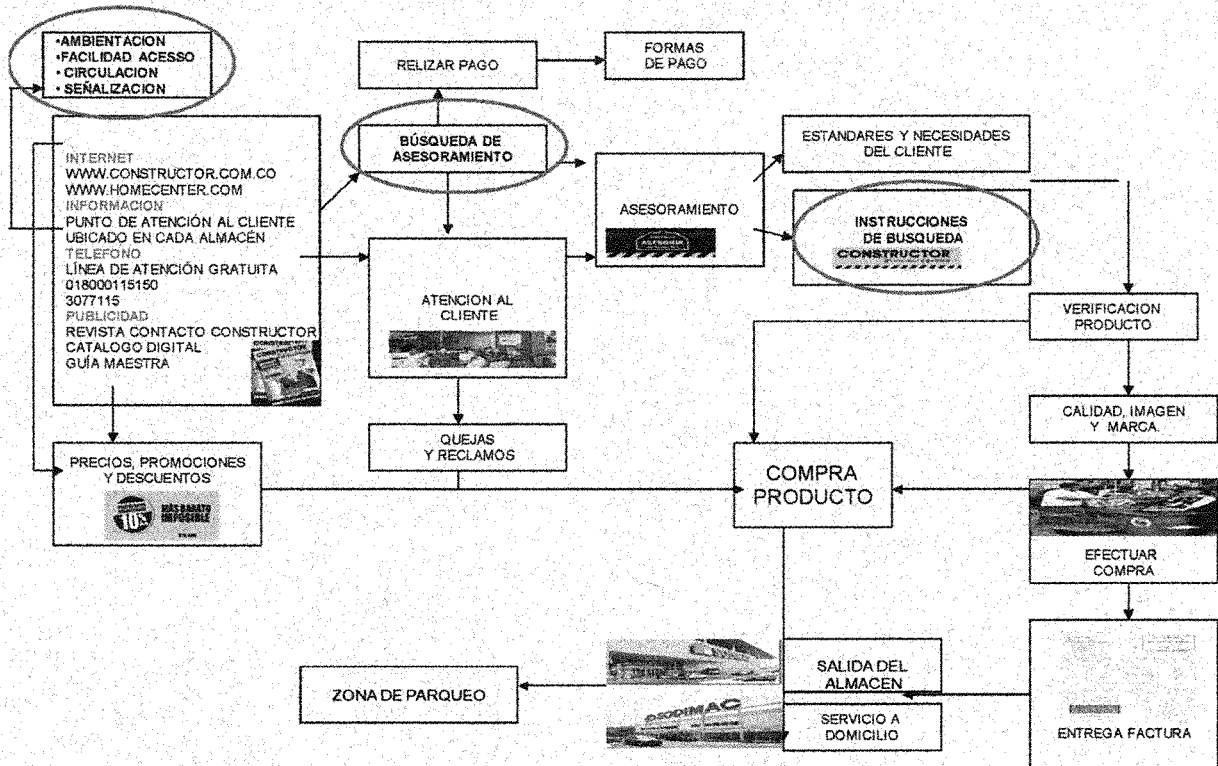
AREAS DE TRABAJO.

Las áreas de trabajo de homecenter son:

- ✓ Constructor.
- ✓ Carpintería.
- ✓ Pinturas.
- ✓ Herramientas.
- ✓ Plomería.
- ✓ Electricista
- ✓ Jardinería.
- ✓ Ferretería.

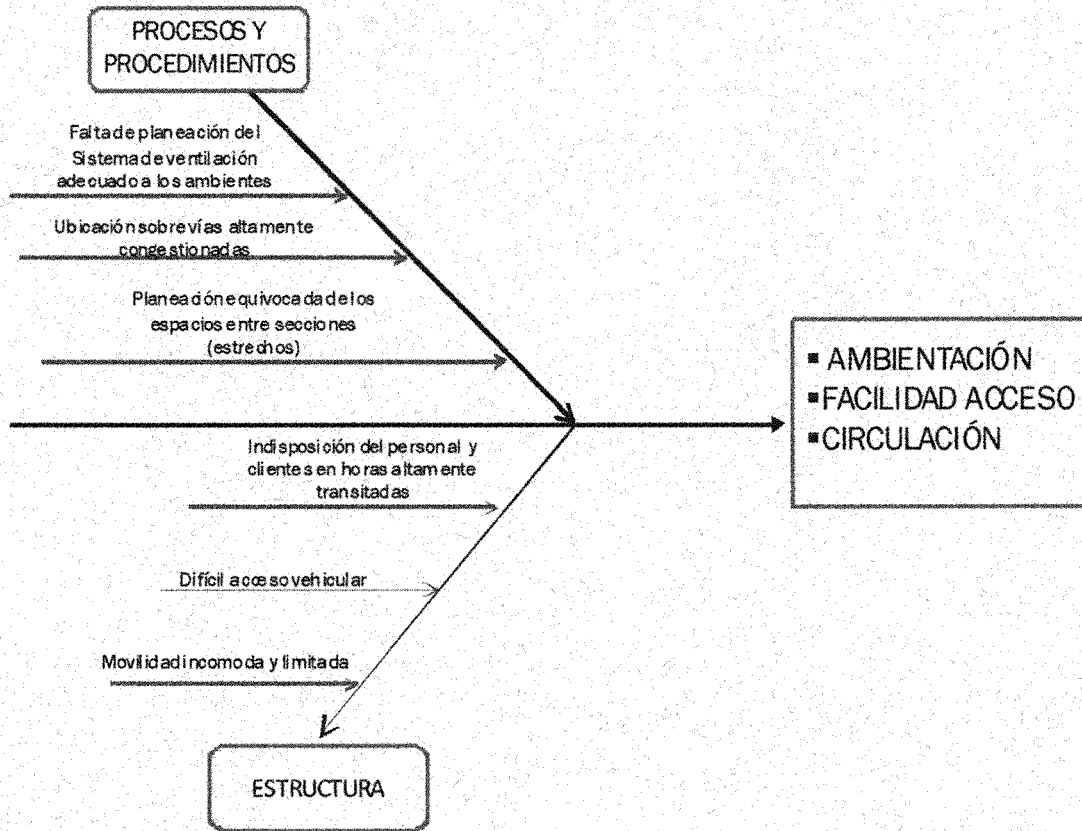
PUNTOS CRITICOS

GRAFO DEL SERVICIO



Cada uno de los puntos críticos mide los niveles de **servicio** óptimos por la estrategia empresarial así como la definición de políticas y prácticas que garantizan los niveles establecidos de calidad en el **servicio**. Conociendo las características Determinando los niveles de calidad en el **servicio** y definiendo las variables claves que permitan una posterior medida adecuada del nivel de **servicio**.

DIAGRAMA CAUSA-EFECTO

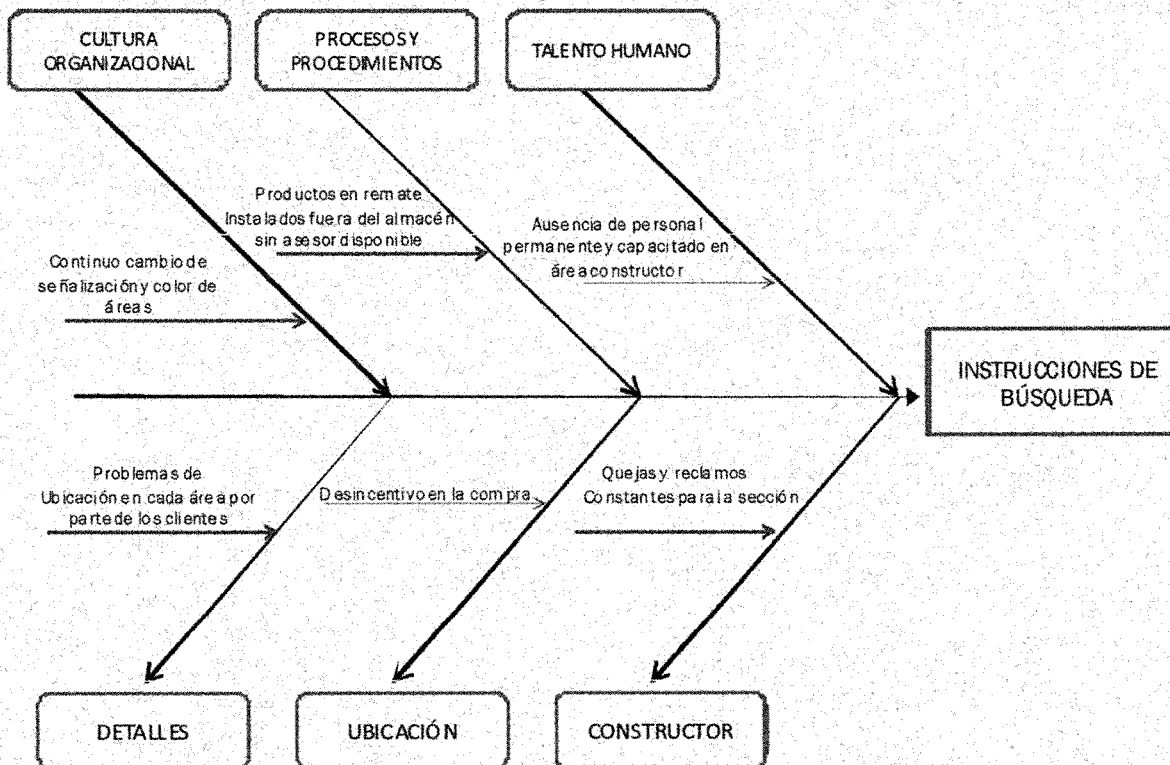
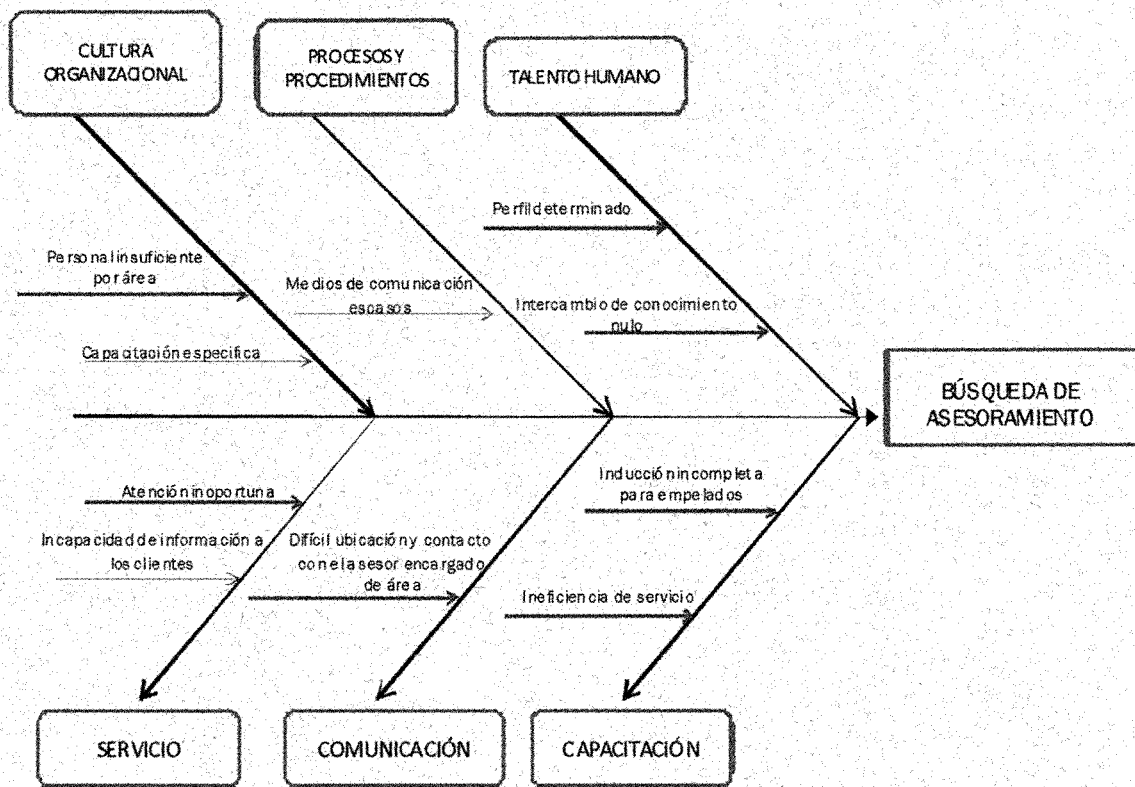


Los procesos y procedimientos permiten medir el servicio que ofrece homecenter y cada una de las Causas y efectos.

Es importante entender que el ROI es el indicador final de un proceso de medición, que implica recopilar datos para evidenciar los resultados en diferentes niveles: satisfacción de los clientes con el programa, logro de aprendizajes en términos de asimilación de conocimientos o habilidades, aplicación de estos aprendizajes en el lugar de trabajo que lleven a mejoras del desempeño e impacto en las variables de resultado del negocio como efecto de estas mejoras en el desempeño del personal

Esto marca una nueva metáfora: la del trabajador como inversionista. Un trabajador invierte su capital humano en una organización y espera recibir un retorno sobre su inversión.

Entonces, el valor que genera la formación de competencias, como ROI para los trabajadores está en términos de oportunidades de desarrollo para incrementar su capital humano sobre las mejores prácticas de gestión humana, concluye que las competencias más importantes que un individuo debe tener para sobrevivir y crecer en el mundo del servicio.



DIAGNÓSTICO DEL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL MEDIANTE DOFA

Es una herramienta de múltiple aplicación que se úsase HOMECENTER por cualquier departamento de la organización en sus diferentes niveles, para analizar posibilidades de un nuevo producto, la relación producto-mercado, así como el estado del mercado, la línea de productos que ofrece cada una de las tiendas. Es muy útil para analizar el desempeño (estado en que se encuentra) el departamento, una división, la organización en su conjunto o un grupo.

El análisis DOFA sustentado en la valoración y apegado a la realidad, provee excelente información para la toma de decisiones en el área de mercado de homecenter, por ejemplo, permite una mejor perspectiva de lo que va hacer constructor. DOFA debe hacer la comparación objetiva entre constructor y easy para determinar fortalezas y debilidades y ha de realizarse una exploración amplia y profunda del entorno para identificar las oportunidades y las amenazas para el logro de sus objetivos y metas.

Tiene dos enfoques en la búsqueda de aspectos claves para el logro exitoso de las metas de la organización: hacia el interior para identificar los aspectos (debilidades o fortalezas) que limitan o potencian ajustes o cambios y hacia el entorno se busca identificar factores que influyen en la organización (oportunidades o amenazas) de manera positiva o negativa en el logro de sus metas y objetivos.

El propósito de constructor análisis interno es el de identificar los puntos o aspectos débiles de la organización que se deben controlar o evitar en la realización de las estrategias propuestas para el logro de los objetivos de la organización. También, para identificar las fortalezas que contribuirán a logro de los objetivos y que podrian significar una ventaja competitiva.

DEBILIDADES

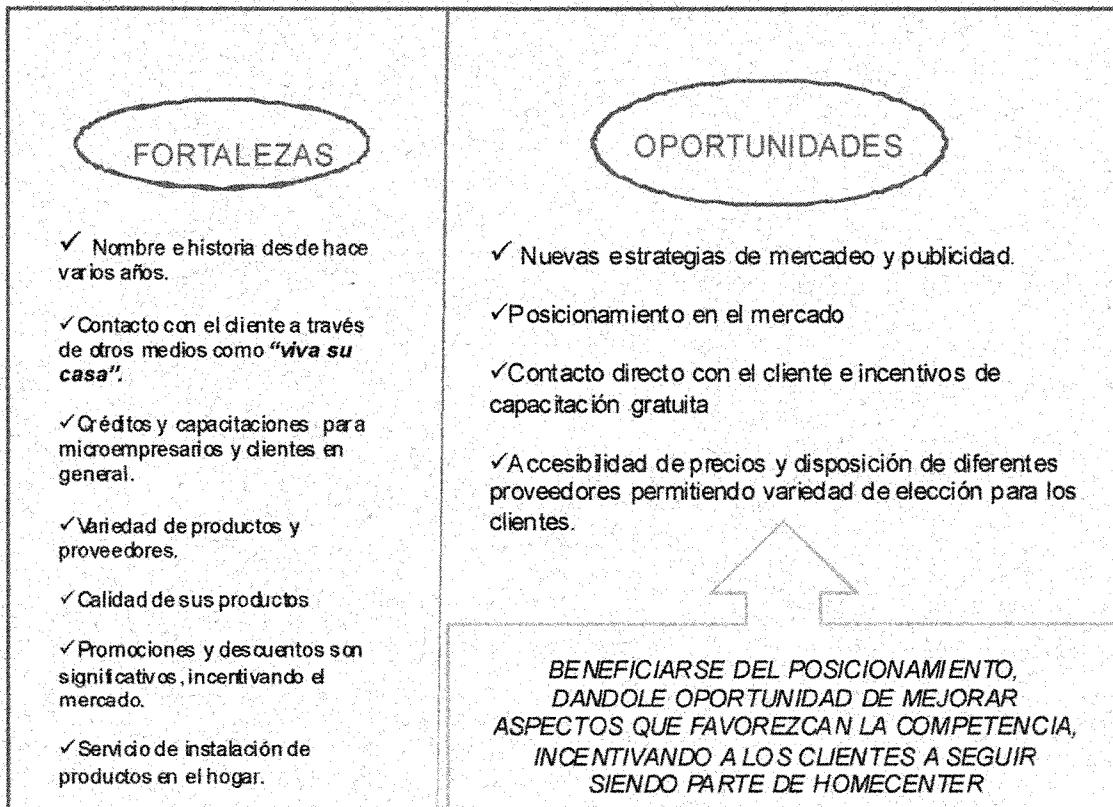
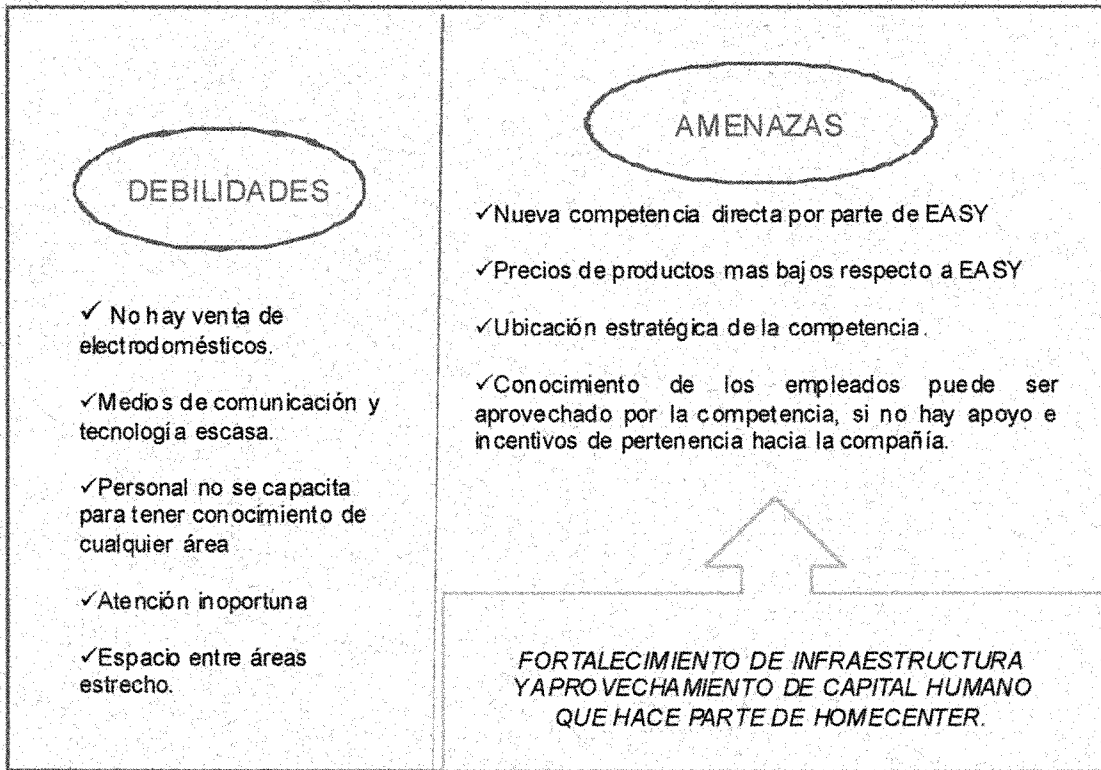
- ✓ No hay venta de electrodomésticos.
- ✓ Medios de comunicación y tecnología escasa.
- ✓ Personal no se capacita para tener conocimiento de cualquier área
- ✓ Atención inoportuna
- ✓ Espacio entre áreas estrecho.

OPORTUNIDADES

- ✓ Nuevas estrategias de mercadeo y publicidad.
- ✓ Posicionamiento en el mercado
- ✓ Contacto directo con el cliente e incentivos de capacitación gratuita
- ✓ Accesibilidad de precios y disposición de diferentes proveedores permitiendo variedad de elección para los clientes.



- IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD LLAMATMAS PARA EL CLIENTE E INNOVAR CON NUEVOS PRODUCTOS, APROVECHANDO SU POSICIONAMIENTO
- CAPACITACIÓN COMPLETA PARA LOS EMPLEADOS Y ABARCAR MAYOR OFERTA LABORAL



FORTALEZAS

- ✓ Nombre e historia desde hace varios años.
- ✓ Contacto con el cliente a través de otros medios como "viva su casa".
- ✓ Créditos y capacitaciones para microempresarios y clientes en general.
- ✓ Variedad de productos y proveedores.
- ✓ Calidad de sus productos
- ✓ Promociones y descuentos son significativos, incentivando el mercado.
- ✓ Servicio de instalación de productos en el hogar.

AMENAZAS

- ✓ Nueva competencia directa por parte de EASY
- ✓ Precios de productos mas bajos respecto a EASY
- ✓ Ubicación estratégica de la competencia.
- ✓ Conocimiento de los empleados puede ser aprovechado por la competencia, si no hay apoyo e incentivos de pertenencia hacia la compañía.

• **INCENTIVAR A LOS PROVEEDORES A TRAVÉS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS QUE LES PERMITA MAYOR RECONOCIMIENTO DEL MERCADO.**

• **CREAR PROYECTOS MEJORADOS DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN HACIA SUS EMPLEADOS, PERMITIENDOLES UN CONOCIMIENTO COMPLETO DE FUNCIONES ABARCANDO TODAS LAS ÁREAS**

<p style="text-align: center;">F A D O</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevas estrategias de mercadeo y publicidad. ✓ Posicionamiento en el mercado ✓ Contacto directo con el cliente e incentivos de capacitación gratuita ✓ Accesibilidad de precios, variedad de proveedores. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nueva competencia directa por parte de EASY. ✓ Precios de productos más bajos respecto a EASY ✓ Ubicación estratégica de la competencia. ✓ Conocimiento de los empleados puede ser aprovechado por la competencia.
<p style="text-align: center;">DEBILDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ No hay venta de electrodomésticos. ✓ Medios de comunicación y tecnología obsoletos. ✓ Personal no se capacita para tener conocimiento de cualquier área ✓ Atención inoportuna ✓ Espacio entre áreas estrecho. 	<p style="text-align: center;">-IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD LLAMATIVAS PARA EL CLIENTE E INNOVAR CON NUEVOS PRODUCTOS, APROVECHANDO SU POSICIONAMIENTO</p> <p style="text-align: center;">•CAPACITACIÓN COMPLETA PARA LOS EMPLEADOS Y ABARCAR MAYOR OFERTA LABORAL</p>	<p style="text-align: center;">FORTALECIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA Y APROVECHAMIENTO DE CAPITAL HUMANO QUE HACE PARTE DE HOMECENTER</p>
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nombre e historia desde hace varios años. ✓ Contacto con el cliente a través de otros medios como "viva su casa". ✓ Créditos y capacitaciones para mi comercio y cliente en general. ✓ Variedad de productos y proveedores. ✓ Calidad de sus productos. 	<p style="text-align: center;">BENEFICIARSE DEL POSICIONAMIENTO, DANDOLE OPORTUNIDAD DE MEJORAR ASPECTOS QUE FAVOREZCAN LA COMPETENCIA, INCENTIVANDO A LOS CLIENTES A SEGUIR SIENDO PARTE DE HOMECENTER</p>	<p style="text-align: center;">•INCENTIVAR A LOS PROVEEDORES A TRAVÉS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS QUE LES PERMITA MAYOR RECONOCIMIENTO DEL MERCADO.</p> <p style="text-align: center;">•CREAR PROYECTOS MEJORADOS DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN HACIA SUS EMPLEADOS, PERMITIENDOLES UN CONOCIMIENTO COMPLETO DE FUNCIONES ABARCANDO TODAS LAS ÁREAS</p>

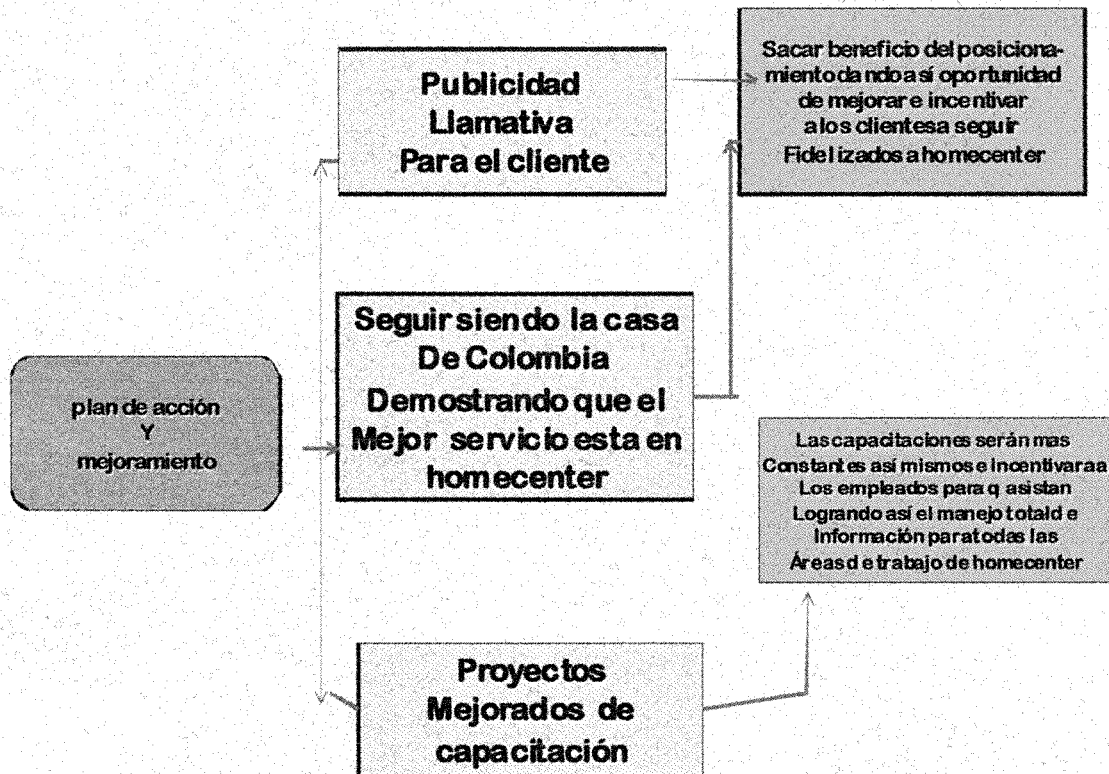
PLANEACION

El primer paso en la planeación de los proyectos de homecenter y cada una de su programación La definición del problema requiere de un entendimiento cabal del dominio del problema y del entorno de éste. Las técnicas para obtener este conocimiento, por parte de constructor, son entrevistas con el cliente, observación de las tareas problemáticas, y desarrollo de las reales. El planeador debe ser muy hábil en las técnicas de definición del problema, ya que distintos representantes del cliente tendrán diferentes puntos de vista, y prejuicios que influirán en la percepción del alcance del problema.

PLAN	PROGRAMA	PROYECTO.
<p>• FORTALECIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA Y APROVECHAMIENTO DE CAPITAL HUMANO QUE HACE PARTE DE HOMECENTER</p> <p>• BENEFICIARSE DEL POSICIONAMIENTO, DÁNDOLE OPORTUNIDAD DE MEJORAR ASPECTOS QUE FAVOREZCAN LA COMPETENCIA, INCENTIVANDO A LOS CLIENTES A SEGUIR SIENDO PARTE DE HOMECENTER</p> <p>• CREAR MÁS ACCESIBILIDAD DE PRECIOS Y PODER DISPONER DE LOS DIFERENTES PROVEEDORES PERMITIENDO ASÍ UNA VARIEDAD PARA EL BENEFICIO DEL CLIENTE</p>	<p>• Promover acciones para que cada uno de los empleados de homecenter se sientan identificados con la empresa y comprometidos con el trabajo que realizan</p> <p>• La parte operativa de homecenter se encuentra en este momento realizando fuertes campañas publicitarias para poder atraer la clientela esta importante época del año</p> <p>Con la llegada de la competencia homecenter se encuentra realizando bench marking a la competencia de acuerdo a los productos ofrecidos</p>	<p>• incentivar a los proveedores a través de campañas publicitarias que les permita mayor reconocimiento del mercado.</p> <p>• crear proyectos mejorados de capacitación y formación hacia sus empleados, permitiéndoles un conocimiento completo de funciones abarcando todas las áreas</p> <p>• A través de la publicidad se contactar nuevos proveedores con precios manejables que beneficien a la compañía</p>

El plan de acción es instrumento gerencial de homecenter que busca la programación y control de la ejecución anual de los proyectos y actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el Plan Estratégico de homecenter. En ese orden de ideas el plan de acción operativiza las actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a los objetivos fijados en el Plan Estratégico de homecenter y cada uno de sus aliados, permitiendo alinear la operación con la planeación estratégica de la entidad.

El Plan de Acción, como herramienta eficaz de la gestión de constructor, detalla proyectos y actividades, indicadores y metas a las que se comprometen las dependencias de la Entidad en una vigencia determinada, fijación de tiempos y responsables.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Homecenter es una de las cadenas más admiradas en el país y ha logrado un reconocimiento por parte de los colombianos, imponiéndose como una marca de calidad, servicio e innovación.

La presente entrega se ha enfocado principalmente en el análisis interno de la empresa, identificando sus fortalezas y oportunidades; así como sus debilidades y amenazas. Actualmente con la llegada de EASY -su competencia directa-, Homecenter ha dado la posibilidad de analizar cuales son las recomendaciones más importantes a tener en cuenta.

En primer lugar, es importante resaltar el posicionamiento comercial con que cuenta la compañía. Homecenter lleva en el mercado colombiano 15 años que le han permitido garantizar fidelidad de los clientes, quienes se identifican plenamente con el servicio y productos que se ofrecen.

La compañía está diseñada con una estructura de comercio basada en la participación de distintos proveedores que le permiten a los clientes, la posibilidad de elegir dentro de distintas opciones. Así mismo, los clientes identifican a Homecenter como el lugar donde encuentran con seguridad cualquier producto para el hogar y construcción que necesiten.

Su esquema está dirigido a la interacción directa con el cliente, lo cual hace a la compañía lograr un favoritismo entre la mayoría de colombianos. Hay que tener en cuenta, la expansión a nivel nacional, que abarca las principales ciudades, permitiendo que su posicionamiento sea aun mayor.

Con la llegada de EASY, se presentó su principal inconveniente, viéndolo desde el punto de vista de competitividad. La mayor amenaza para Homecenter es lograr que su posicionamiento enfrente las nuevas opciones o alternativas que trae la competencia, para seguir destacándose dentro de las empresas más grandes y posicionadas del país.

Es importante que la compañía refuerce aquellos aspectos que se refieren a la atención al cliente. Si bien es cierto, es una de las características que más lo identifican, persisten falencias, en la medida en que el personal que compone los diferentes almacenes no es suficiente para la demanda que enfrenta diariamente.

Se observó, que por cada área del almacén se cuenta con un solo asesor de servicio, que dificulta una atención oportuna. Este aspecto resultaría ser una amenaza significativa, en la medida en que con la entrada de la competencia y su necesidad de atraer clientes, el servicio prestado a los clientes puede ser más eficiente, colocando en un dilema a sus clientes al momento de elegir servicio.

Homecenter, debe tomar los correctivos dentro de su cultura organizacional, e implementar una oferta laboral mayor que permita que la atención al cliente sea eficiente y oportuna. Si bien es cierto, es una empresa prestadora de servicios que se mantiene gracias a la fidelidad de sus clientes, un desincentivo que pueda ser oportuno para la competencia, lograría desestabilizar la compañía a pesar de su ventaja comercial.

Por otra parte, es importante resaltar la dificultad que se presenta en cuanto a espacios entre áreas. Para las personas resulta incomodo y molesto el no poder transitar por una de las áreas libremente, debido a que la empresa en labores de organización de productos e inventarios, bloquea el paso peatonal. Así mismo, se presenta el mismo inconveniente en aspectos de ventilación, donde el ambiente no se adecua a las necesidades del momento.

De acuerdo a esto, sería importante que la compañía evaluara la necesidad de reestructurar los espacios entre áreas permitiendo que la personas se sientan libres al transitar y no resulte molesto tanto para los asesores de servicios, al no prestar un servicio adecuado por la interrupción de más personas, así como para los clientes por la incomodidad que se presenta.

Sin embargo, es interesante analizar que los problemas que se le presentan a Homecenter actualmente son de estructura, que en el corto plazo pueden ser mejorados. La compañía con sus programas de capacitación al cliente, el contacto directo que mantiene a través de sus campañas publicitarias, su programa viva su casa y el servicio exclusivo de calidad y productos, le permiten competir y seguir posicionándose frente al nuevo contendor.

El gran reto de esta cadena es la de seguir modernizándose, mantener una comunicación cercana con el consumidor y seguir especializándose en nichos del mercado específicos, como lo ha venido haciendo, para resistir los inconvenientes que le pueda traer la competencia.

En cuanto a su especialización en nicho de mercado, es evaluar en que medida el nuevo aspecto que trae EASY en materia de venta de electrodomésticos, afecta sus ventas para implementarlo, o simplemente mantenerse en su estructura de mercado; puesto que la incursión de este aspecto por parte de EASY es un mercado que está fuertemente acaparado por los grandes almacenes de cadena.

Así mismo, es interesante para la compañía seguir expandiéndose a nivel nacional, puesto que genera impacto comercial y fidelidad de nuevos clientes, dándole ventaja a la competencia que acaba de incursionar y le abre esa oportunidad en la medida en que la expansión de EASY es un tema visto a largo plazo.

En la actualidad su competencia está atacando en Bogotá, y hay que tener en cuenta que Homecenter está ubicado estratégicamente dentro de la ciudad, lo cual hace difícil para la competencia lograr el mismo objetivo. Sin embargo, hay que evaluar la estrategia que posiblemente está forjando EASY al buscar anclar cadenas fuertes a nivel nacional como Éxito.

Este hecho podría afectar un poco, pero hay que medir y observar a largo plazo, para poder sacar conclusiones, puesto que innovaciones de mercado como la implementación de electrodomésticos, son aspectos que resultarían competencia para éxito, pero como se dijo anteriormente, es un tema que solo se puede analizar a largo plazo, cuando surja un primer almacén directamente anclado a esta cadena.

Un aspecto favorable para la compañía es seguir creciendo a nivel nacional. Es decir, al finalizar la expansión por las principales ciudades del país, sería interesante y muy importante para la compañía abarcar todo el territorio nacional en aquellas regiones más apartadas del país.

Con esta medida, crece la compañía a nivel comercial, expande sus servicios e impacta en aspectos sociales de generación de empleo que lograría un reconocimiento mayor al actual. Es importante resaltar que para los empleados de Homecenter la compañía es una escuela que les permite formarse profesionalmente y abarcar distintos campos laborales dentro de la misma.

Homecenter debe velar, por garantizar una participación conjunta de sus empleados para promover el incentivo por parte de esto para seguir siendo parte de Homecenter y de esta forma evitar que las falencias sean oportunidades aprovechadas por la competencia, atrayendo personal, lo cual afectaría muchos aspectos de privacidad de la organización.

Finalmente, se puede concluir que el posicionamiento de Homecenter abarca un significado importante para la compañía que ha crecido gracias al cumplimiento de sus objetivos iniciales, permitiéndole crecer comercialmente y crear una relación directa y estrecha con los clientes.

Esto puede ser la mayor ventaja en el aspecto comercial y de competencia, debido a que su visión va directamente encaminada a crear fidelidad y satisfacción en sus clientes, y la confianza es altamente valorada por los clientes.