



Práctica Académica
Propuesta de Beneficio Sodimac Colombia

Sara Elizabeth Paniagua Idárraga

Trabajo de grado para optar al título de Administradora de Empresas

Bibiana Marcela Gómez Granada

Psicóloga

Docente Asesora de práctica

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Económicas
Medellín
2022

Primeramente, a Dios.

A mamá, a mi familia y a Carlos. Porque a pesar de todo lo sucedido, siempre estuvieron y no me dejaron desfallecer.

Gracias a mi Alma Máter porque siempre soñé con pertenecer a éste lugar, porque en ella aprendí, conocí personas maravillosas y soñé tanto como ha sido posible.

TABLA DE CONTENIDO

1. Título de la práctica.....	5
2. Introducción	7
3. Contexto	8
Acerca de la compañía	8
3.1 Nombre de la compañía.....	8
3.2 Razón social	8
3.3 Ubicación	9
3.4 Cultura.....	9
3.5 Organigrama.....	10
3.6 Misión.....	10
3.7 Visión	10
3.8 Naturaleza de la compañía	11
.....	11
3.9 Valores corporativos	11
3.10 Servicios	12
3.11 Productos.....	12
3.12 Política de calidad	13
3.13 Historia.....	13
4. Problemática.....	14
4.1 Planteamiento del problema	15
5. Objetivos	17
General	17
Específicos	17
6. Justificación.....	18
7. Delimitaciones y alcances	19
7.1 Temporal	19
7.2 Espacial	19
8. Marco referencial	20
8.1 Marco teórico	20

9. Diseño metodológico.....	23
9.1 Investigación	23
9.2 Contextualización.....	23
9.3 Construcción.....	23
10. Análisis del entorno.....	24
10.1 Político	24
10.2 Económico.....	24
10.3 Social.....	24
10.4 Tecnología.....	25
10.5 Ecológicos	25
10.6 Legal.....	25
11. Análisis del sector	26
El retail, también conocido como el comercio minorista, uno de los sectores de mayor incidencia dentro de la dinámica económica de cualquier país.	26
12. Análisis de competidor.....	29
12.1 Plan de compensación de Cencosud.....	33
12.2 Otros beneficios extralegales.	39
12.2 Cuadro comparativo	42
13. Incrementos salariales	43
13.1 Cuántos salarios reciben.....	44
14. Beneficios potenciales en otras compañías	45
15. Encuesta	46
14.1 Resultados	46
16. Propuesta	53
16.1 Beneficio SodiPet.....	53
16.2 Beneficio SodiStar.....	55
17. Conclusión.....	56
18. Bibliografía.....	57
19. Anexos.....	59
19.1 Esquema de compensación y beneficios basado en la relación existente entre la compensación y procesos de gestión humana.	59
19.2 Por qué las personas no se sienten valoradas en una organización.	60
19.3 Nueva filosofía de la remuneración.	60

Lista de figuras

Ilustración 1 Ubicación.	9
Ilustración 2 Organigrama empresarial.	10
Ilustración 3 Composición accionaria	11
Ilustración 4 Valores corporativos Sodimac	12
Ilustración 5 Espina de pescado.	17
Ilustración 6 Esquema de remuneración total.	21
Ilustración 7 Marcas Cencosud Colombia.	31
Ilustración 8 Porcentajes de participación.	32
Ilustración 9 Cuadro comparativo.	42
Ilustración 10 Comparativo salarial de compañías.	44
Ilustración 11 Beneficios ofertados en el mercado.	45
Ilustración 12 Encuesta SODIMAC género.	46
Ilustración 13 Encuesta SODIMAC edad.	47
Ilustración 14 Encuesta SODIMAC a qué organización pertenece.	47
Ilustración 15 Encuesta SODIMAC remuneración.	48
Ilustración 16 Encuesta SODIMAC comodidad.	49
Ilustración 17 Encuesta SODIMAC satisfacción laboral.	49
Ilustración 18 Encuesta SODIMAC competitividad.	50
Ilustración 19 Encuesta SODIMAC sistema de compensación.	50
Ilustración 20 Encuesta SODIMAC preferencia de compensación.	51
Ilustración 21 Encuesta SODIMAC beneficio favorito.	52
Ilustración 22 Cuadro explicativo.	54
Ilustración 23 Esquema de compensación y beneficios basado en la relación existente entre la compensación y procesos de gestión humana.	59
Ilustración 24 Por qué las personas no se sienten valoradas en una organización.	60
Ilustración 25 Nueva filosofía de la remuneración.	60

Resumen

Entender la compensación organizacional no siempre será sencillo.

Será primordial tener presente que dependerá de cada compañía el uso que le de a través de los innumerables beneficios que puede poner a disposición de sus colaboradores. El estímulo que otorgado se convertirá en el medio de reconocimiento a la labor que cada quien puede desempeñar.

Compensar, ratifica el compromiso organizacional para con el colaborador. Beneficiar, demuestra que existe un grado de significancia mucho más allá de una subordinación y un cumplimiento del deber. Manifiesta un equilibrio, un reconocimiento al desempeño, una premiación y por qué no una medida de incentivo; de todo esto se deriva un intercambio pues tanto la compañía como el individuo reciben de la otra parte un aporte representativo.

¿Qué tan complejo es implementar hoy en día la compensación en el mercado laboral? Será una decisión determinante que impactará y será un factor influyente para todo aquel que haga parte de un equipo de trabajo.

1. Título de la práctica

Propuesta de beneficio para SODIMAC – Homecenter Colombia.

2. Introducción

Como bien se sabe, las empresas han sido diseñadas para satisfacer las necesidades de su consumidor de modo tal que la operación sea rentable, lo cual permite llegar a una solución infinitamente escalable (Porter, 2013).

El diseño organizativo de una empresa demuestra que ésta, como ente económico, en términos de recursos, riesgo, diseño, sostenibilidad y escalabilidad, es el motor que permite direccionar de forma efectiva algunas problemáticas, logrando satisfacer segmentos de mercado insatisfechos con el fin de generar más oportunidades a través de productos, servicios y modelos de negocios.

La compensación laboral, ítem incluido dentro de las organizaciones y supervisado en especial por el área de gestión humana, funge como un retribuidle corporativo, dado que es otorgado a todo colaboradores que cumpla a cabalidad su labor y siga satisfactoriamente determinados compromisos que ya han sido pactados por cada compañía.

A lo largo de mi práctica académica, acompañé los procesos de compensación y beneficios de Sodimac Homecenter Colombia y seguí de cerca a las 40 tiendas que se encuentran en todo el territorio nacional, entendí su cotidianidad y vi las mediciones específicas que eran asignadas a todos los cargos dentro de la compañía. Por esta razón me dispuse a conocer a mayor profundidad todos los condicionales para poder acceder a los diferentes beneficios que se allí se ofertan y, de acuerdo a investigaciones, conversaciones y seguimientos propongo dos beneficios que, a mi consideración, pueden complementar el esquema que ya en la empresa se tiene.

En adición, se encontrará material de consulta que facilita al lector, entender a mayor profundidad en qué consiste todo este tema.

3. Contexto

Sodimac es una empresa que opera en el retail, industria donde ha alcanzado una posición de liderazgo en el mercado del mejoramiento del hogar. Busca satisfacer al cliente a través de múltiples puntos de contacto y canales de venta que aseguran nuestro modelo de negocio omnicanal (Tiendas, Internet y Teléfono). Su actividad se focaliza en desarrollar y proveer soluciones a los proyectos de remodelación y construcción de sus clientes, además de satisfacer las necesidades de mejoramiento y decoración de los hogares colombianos, ofreciendo excelencia en el servicio, integridad en el trabajo y un fuerte compromiso con la comunidad.

Se sienten orgullosos al considerarse una organización diversa y de vocación global, debido a que encuentran en las diferencias grandes oportunidades que logran aportar significativamente a la compañía, todo esto justificado bajo el lema de “Juntos construimos sueños y proyectos de hogar”

Su mirada al éxito consiste en crecer, ser rentables y reconocidos como la empresa más querida, admirada y respetada por sus colaboradores, proveedores, clientes y comunidades en toda Colombia. Alineados con REIR, los valores que caracterizan a la compañía.

Su desafío es mirar el futuro para entender cómo seguirán aportando a sus clientes y comunidades para mejorar su calidad de vida en el hogar. Deben estar dispuestos y ser capaces de adaptarse a las nuevas necesidades de los distintos estilos de vida e innovar.

Acerca de la compañía

A continuación, se dará a conocer información de relevancia de SODIMAC – Homecenter Colombia.

3.1 Nombre de la compañía

SODIMAC – Homecenter.

3.2 Razón social

SODIMAC Colombia S.A.

Son parte de Organización Corona, que tiene como propósito central mejorar vidas transformando espacios, promoviendo crecimiento inclusivo y sostenible, la competitividad y la institucionalidad en donde opera. Cuentan con una participación accionaria del Grupo Falabella, empresa líder en América Latina del comercio físico y digital, la cual pone al cliente en el centro de sus decisiones, buscando simplificar sus vidas, transformando sus experiencias de compra, a través de soluciones simples y personalizadas, basadas en una propuesta omnicanal.

3.3 Ubicación

Sodimac Colombia S.A tiene presencia en 25 ciudades y municipios, con un total de 40 tiendas.

A la fecha, laboran 8992 colaboradores en todo el territorio nacional. Dentro de la operación se cuenta con tres centros de distribución, bodegas alternas, un call center y una oficina de apoyo a tiendas que atiende las solicitudes y novedades de todas las tiendas Homecenter del país.

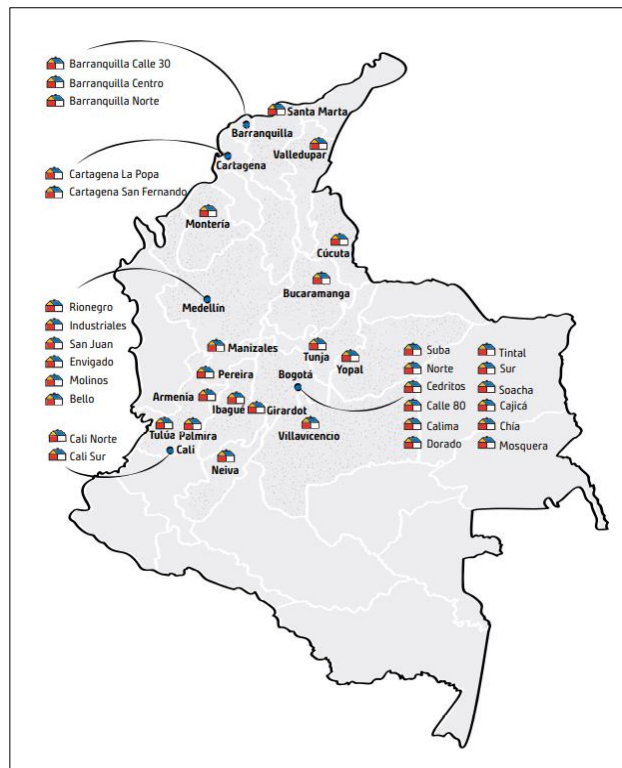
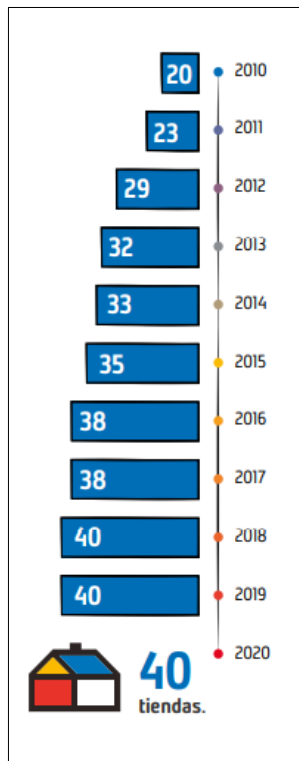


Ilustración 1 Ubicación.

Tomado de: <https://www.homecenter.com.co/static/landing/footer/mashomecenter/rs/doc/REPORTE-DE-SOSTENIBILIDAD-2020-SODIMAC.pdf>

3.4 Cultura

La cultura Sodimac es una forma de vivir, hacer y sentir lo que nos caracteriza. Es una combinación de sus valores, su propósito, la forma de comunicarse, creencias, su forma de actuar y sentir al respecto de la organización. Está compuesto por cuatro elementos:

- Poner siempre al cliente en el centro.
- Actuar con velocidad y experimentación.
- Tener mentalidad de cambio.
- Colaboración.

3.5 Organigrama

Desde la estructura organizacional, se cuenta con el apoyo de una línea grande de mando, compuesta por el presidente y los diferentes gerentes de las áreas que conforman todo el cuerpo de la organización. Líderes, business partner's, coordinadores, talent specialists, analistas, jefes de responsabilidad social, operadores logísticos, despachadores, entre otros, conforman el equipo SODIMAC – Homecenter Colombia.

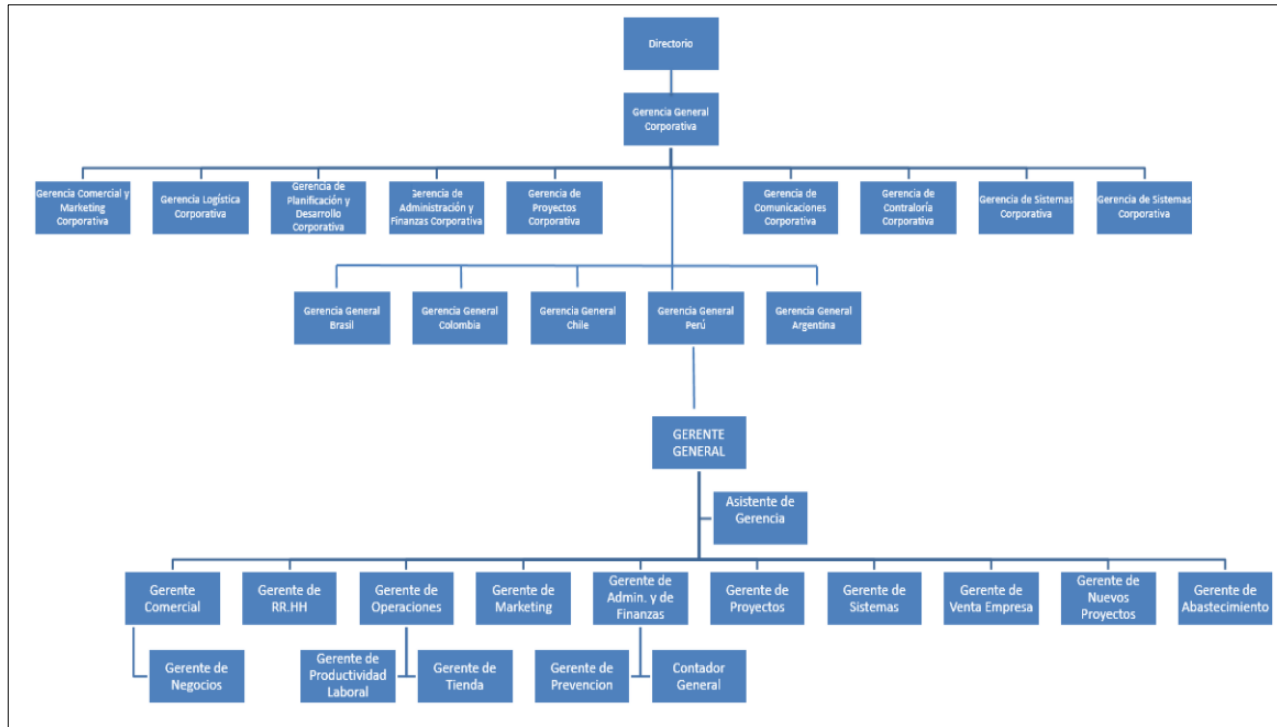


Ilustración 2 Organigrama empresarial.

Tomado de: Organigrama Empresarial. [Organigrama - Sodimac \(google.com\)](http://www.google.com)

3.6 Misión

Desarrollarnos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes.

3.7 Visión

Ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción que, mediante el mejoramiento de la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, los clientes, los trabajadores y los proveedores en América.

3.8 Naturaleza de la compañía

Son una compañía con una participación accionaria de 51% de Organización Corona y 49% de Inversiones Falabella de Colombia S. A., cuyo inversionista es el Grupo Falabella de Chile.



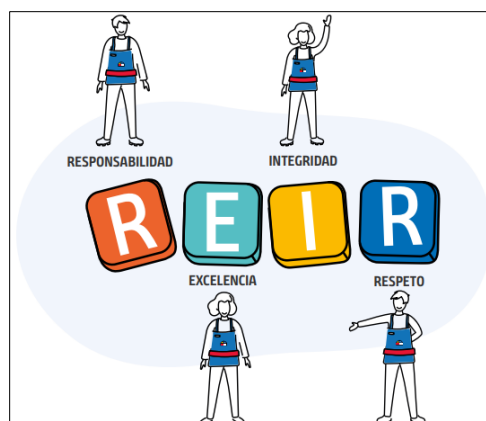
Ilustración 3 Composición accionaria

Tomado de: Composición accionaria Sodimac.

<https://www.homecenter.com.co/static/landing/footer/mashomecenter/rs/doc/REPORTE-DE-SOSTENIBILIDAD-2020-SODIMAC.pdf>

3.9 Valores corporativos

- **Respeto:** Somos alegres, sencillos y respetuosos con todas las personas, valoramos la diversidad, confiamos y escuchamos sin prejuicios.
- **Excelencia:** Estamos orientados al servicio, y al cliente siempre será nuestro centro. Hacemos las cosas bien, colaboramos, innovamos y buscamos ser mejores cada día.
- **Integridad:** Somos honestos, transparentes, justos y buscamos ser coherentes entre lo que pensamos, decimos y hacemos.
- **Responsabilidad:** Somos responsables en todas nuestras relaciones, y nos hacemos cargo de todo lo que hacemos y de los impactos positivos y negativos que generamos.



3.10 Servicios

- Despacho a domicilio.
- Marketplace.
- Garantía extendida.
- Gift card CRM.
- Financiación.
- Click and collect.
- Instalación de productos.
- Car center.
- Alquiler de herramientas.
- Retiro en tienda.
- Mezcla de pinturas.
- Maestro de obra por hora.
- Corte y dimensionado de materiales.
- Entrega express.
- Entrega programada.
- Centro de diseño.
- Servicio de desinfección de superficies y automóviles.
- Cotización de productos.
- Despacho a especialista.
- Servicio de proyectos a medida.
- Asesoría virtual para proyectos.

3.11 Productos

- Plomería, gasfitería, comunicación electrónica y electricidad.
- Organización, aseo y muebles.

- Cubiertas y hierro figurado.
- Puertas, ventanas, maderas, obra gruesa, decoración e iluminación.
- Baños, cocinas y línea blanca.
- Herramientas, maquinaria, ferretería y autos.
- Pinturas y accesorios.
- Pisos y paredes.
- Temporada y menaje.
- Electrohogar, tecnología y climatización.
- Agro, decojardín y mascotas.

3.12 Política de calidad

Sodimac Colombia se ha enfocado en el continuo mejoramiento y en la calidad de los servicios y los productos que tienen a disposición de los colombianos.

Saben que a través del liderazgo es posible impactar las diferentes esferas del mercado pues se inspiran en mirar el futuro con optimismo para contribuir a la mejora de la calidad de vida de las personas y de la comunidad.

3.13 Historia

Con más de 60 años de historia, Sodimac se ha transformado en la principal firma de mejoramiento del hogar de Latinoamérica, procurando mejorar la calidad de vida y satisfacer las necesidades de maestros especialistas, familias y clientes empresas en seis países.

El origen de Sodimac se remonta a la década del 40, cuando un pequeño grupo de empresarios de la construcción, liderado por Walter Sommerhoff, formó Sogeco. La naciente firma abrió su primera oficina como sociedad anónima en Valparaíso, enfocada principalmente en crear un sistema de distribución eficiente para las necesidades del gremio.

Posteriormente, por el desabastecimiento que la Segunda Guerra Mundial generó en el país, la Cámara Chilena de la Construcción vio la urgente necesidad de formar una cadena nacional dedicada a distribuir materiales de obra gruesa y estabilizar los precios. Así, en 1952 se creó Sodimac, con una estructura de cooperativa con numerosas sucursales a lo largo de Chile.

Se estableció en Colombia en 1993 con la apertura de su primer almacén, Homecenter Américas “el especialista”. A partir de este momento inició su expansión como una gran cadena dedicada al mejoramiento del hogar en el país.

Exporta a 37 países. Adicionalmente tiene operaciones de venta al detal (retail) con los almacenes Corona y con su participación en Sodimac Colombia. En su internacionalización cuenta con plantas en Estados Unidos y oficinas en China.

Sodimac Colombia potenció en 2017 la oferta de valor de sus tiendas físicas a través de la venta digital, ampliando de forma importante sus canales de interacción e implementando nuevas prácticas que dejaron un saldo muy satisfactorio en todos sus ejes de trabajo. En el

relacionamiento con los clientes, empleó todos sus recursos para ampliar la escucha de los clientes, profundizando su compromiso con facilitar la mejora de los hogares de los colombianos.

Con el propósito de mejorar la experiencia de compra de los clientes, en 2017 Sodimac Colombia, a través de sus marcas Homecenter y Constructor, se convirtió en el primer retail de este país en implementar las cajas autopago, un sistema automático de cobro que agiliza el proceso para cancelar los productos, al tiempo que mejora y optimiza la experiencia de compra.

4. Problemática

Compensación y Beneficios, es una de las áreas que pertenecen a la gerencia de Data y Compensación de Sodimac Colombia. Desde allí, se atienden las diferentes solicitudes, dificultades o novedades que surgen dentro de las 40 tiendas del país.

Se cuenta con un amplio equipo de profesionales, cada uno atiende necesidades específicas que son manifestadas por los colaboradores de la compañía en el quehacer de su labor. Es pertinente aclarar, que toda la información que de allí sale es previamente revisada y verificada por los encargados directos, esto con el fin de garantizar la correcta operación.

Sin embargo, durante el período de aprendizaje, se han detectado reprocesos, fallas en los tiempos de entrega y un sin fin de intervenciones dentro de las tareas puesto que no toda la información del área ha sido debidamente consolidada, diferentes colaboradores intervienen entre la ejecución y la revisión del deber y por lo general, los tiempos en que se lleva a cabo la labor suelen extenderse.

Desde los altos mandos, se ha venido hablando de la importancia de la documentación, la implementación de la data y la ejecución de manuales que permitan dar a conocer de forma clara y concisa el paso a paso de los deberes que cada persona del equipo ejecuta, y podrán preguntarse, ¿para qué?

Pues bien, la respuesta resulta sencilla. El conjunto de estas peticiones direcciona al equipo hacia una mayor propuesta de valor, un mayor grado de escalabilidad, mayor eficiencia dada la reducción de errores, un mejor cumplimiento frente a las responsabilidades adquiridas, una mayor agilidad reflejada en los tiempos de respuesta y en las opciones que pueden darse frente a las situaciones y un mayor índice de productividad, ya que los tiempos de ejecución suelen disminuir.

En adición, también se encuentra otra vertiente: la competencia dentro del mercado. No es desconocido que Sodimac Homecenter, es una de las multinacionales más fuertes de Latinoamérica, su presencia en Colombia ha impactado bien sea por el servicio que presta a la

comunidad o por su significancia como empleador nacional. Pero, como en la mayoría de los casos, cuenta con organizaciones competencia tanto en el sector comercial como en el mercado en general que como ellos, buscan estar a la vanguardia para ofrecerle lo mejor a los consumidores y a los colaboradores.

Es pertinente entonces, identificar los beneficios y/o atributos que hacen de Sodimac una empresa sobresaliente dentro del mercado colombiano, así como también conocer qué están ofreciendo de más la competencia directa de la compañía como reconocidas organizaciones del país.

4.1 Planteamiento del problema

Análisis de la situación detectada a través de la herramienta conocida como “espina de pescado”.

Las diferentes vertientes del esquema simbolizan seis ítems puntuales: Servicios, cumplimiento, satisfacción, ofertas, indicadores y significancia. Cada uno, expone causas puntuales que justifican las posibles razones atribuibles a que existan niveles de competencia entre organizaciones, en este caso puntual entre Sodimac Homecenter con su “rival” directo y con otras compañías del mercado colombiano.

De este modo, pueden diagnosticarse oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas que tenga la organización como tal y, llevar a cabo planes o estrategias que permitan mejorar continuamente.

A continuación, se definen los conceptos que se enumeran en el diagrama:

Servicios:

- Productos innovadores: Son puntos clave que identifican a una organización de otra y logran diferenciarla dentro del mercado.
- Servicios de alta calidad: La seguridad de ofertarle al consumidor un producto o servicio que cumpla con altos estándares y permita garantizar una funcionalidad completa y de primera mano.

Cumplimiento:

- Reconocimiento económico: Por el cumplimiento de las metas fijadas dentro de los equipos de trabajo, se establece una remuneración adicional al salario del colaborador en recompensa a su desempeño laboral.
- Alcance de objetivos:

Satisfacción:

- Manifestación positiva por parte del colaborador por el desarrollo de su labor: No se percibe dentro del ambiente laboral falta de interés por el trabajo desempeñado dentro de la organización.
- Comodidad manifiesta por su permanencia en la compañía y por lo que recibe de ella: El colaborador se siente a gusto con todo lo que recibe por parte de la organización.

Significancia:

- Respaldo profesional: Suele convertirse en un ítem de valor, debido a que para las personas es importante ser parte de una compañía reconocida dentro del mercado, debido a que es asumida como garante de crecimiento y estabilidad.
- Ser parte de una compañía que le hace sentir orgulloso: En concordancia con las líneas anteriores, se agrega que les satisface ser parte de una organización con recorrido en el mercado.

Indicadores:

- Medición de los alcances: Se recalca a lo largo del período laboral cada vez que se logra un objetivo que previamente fue estipulado.
- Nivel de satisfacción de los colaboradores: Va de la mano de la labor del colaborador y la remuneración que recibe a cambio por su quehacer.

Ofertas:

- Mejor remuneración: Es uno de los factores más influyentes dentro de las compañías, es uno de sus mayores atractivos. Un cargo valorado de justa manera siempre será atractivo para un profesional.
- Beneficios pecuniarios y no pecuniarios: Es pertinente aclarar que no sólo los beneficios recibidos por los colaboradores se estimarán en dinero. También, existen otros mecanismos que compensen la labor de las personas en una compañía.

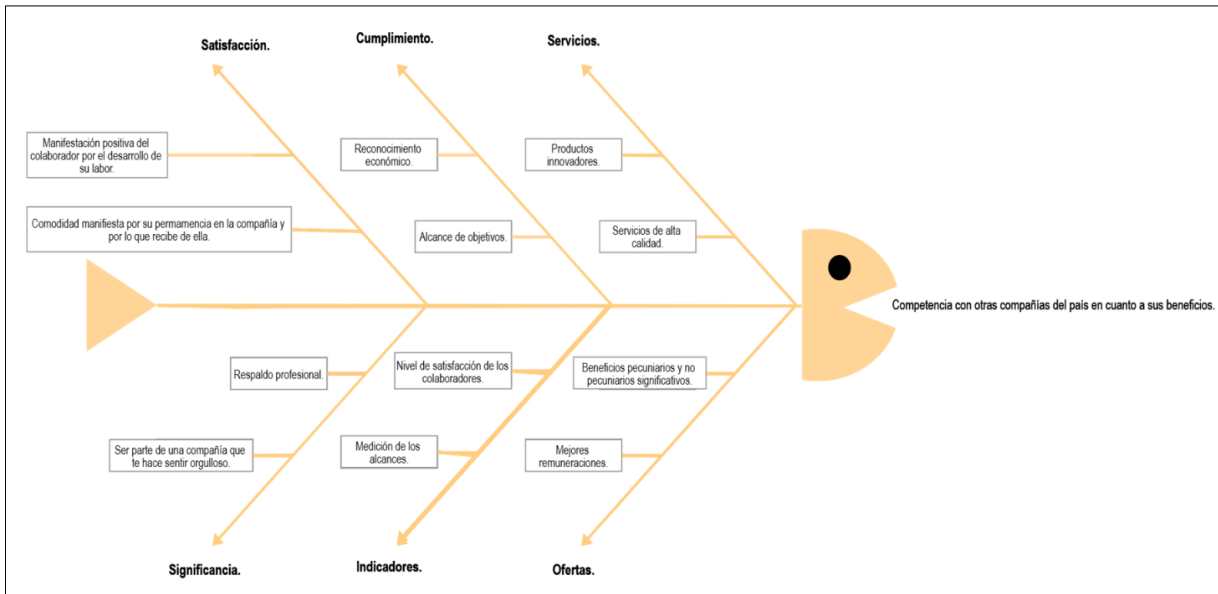


Ilustración 5 Espina de pescado.

Fuente: Elaboración propia.

5. Objetivos

General

Desarrollar un análisis de mercado del sector en el que se desempeña la compañía donde se identifiquen los principales beneficios y atributos de la competencia en comparación a Sodimac Homecenter, con el fin de proponer un nuevo beneficio para todos los colaboradores de la organización.

Específicos

- Establecer un cuadro comparativos que permitan visualizar los beneficios de Sodimac Homecenter frente a Cencosud.
- Reconocer los esquemas de compensación de otras compañías .
- Identificar beneficios potenciales que se estén ofreciendo en el mercado en el momento.
- Proponer un nuevo beneficio para los colaboradores Sodimac Homecenter.

6. Justificación

Sodimac Homecenter, se ha destacado por ser una compañía a la vanguardia de las necesidades que el mercado va manifestando. Perteneciente al sector retail, se destaca por la amplia línea de productos y servicios que tiene a la disposición de sus clientes y consumidores.

Buscan construir sueños y proyectos de hogar a través de propuestas funcionales que se adapten a las solicitudes de las personas poniendo a disposición de sus consumidores todos las herramientas, objetos o complementos que se adapten a aquello que desean llevar a cabo.

Como compañía, buscan crecer, no sólo a nivel mercantil sino también a nivel empresarial, debido a que, no solo el cliente final es importante dentro del negocio como tal, también lo son todas las personas que aportan desde su labor y su compromiso un granito que permite día a día dar resultados y cumplir las metas que Sodimac Colombia se ha propuesto.

En el corto plazo, se pretende ser la compañía líder del sector en el país, para esto será necesario apuntarle a mejoras en la calidad del servicio que se presta y al cuidado de los colaboradores de la compañía, pero ¿cómo es eso? Sí, a través de mejoras en las condiciones para las personas que apoyan la operación de Sodimac, se motivará y se beneficiará a través de mejoras en los incentivos y nuevas propuestas en beneficios que genere en ellos satisfacción y felicidad al saber que hacen parte de la familia Homecenter.

Para verificarlo, será necesario verificar cómo se está comportando la competencia de la compañía y otras organizaciones reconocidas en el mercado nacional.

7. Delimitaciones y alcances

7.1 Temporal

La práctica académica con Sodimac Homecenter se llevó a cabo desde el 12 de Julio de 2021 y culminó el 11 de Enero de 2022.

7.2 Espacial

Tuvo una duración de 6 meses y la jornada fue equivalente a 40 horas semanales, obteniendo como resultado 1.440 horas en total. Desde la responsabilidad de practicante, se abordaron deberes específicos que impactaron en la consolidación de las novedades definitivas de todas las tiendas Homecenter de Colombia, se apoyó desde el área de Gestión Humana y se trabajó en el equipo de Compensación y Beneficios de la compañía.

La modalidad fue semipresencial y sucedió en la ciudad de Bogotá, DC.

8. Marco referencial

8.1 Marco teórico

A continuación, se darán a conocer los fundamentos teóricos que apoyan la razón de esta práctica académica.

Una compensación y un beneficio corporativo se han convertido en la remuneración emocional de los colaboradores. A medida que pasa el tiempo, las organizaciones se han dado a la tarea de ver más allá de una contribución económica en respuesta al cumplimiento de una labor, han entendido que no sólo lo pecuniario satisface y recompensa a una persona. Esto, se da de modo tal que se valora, se aprecia, se cuida y se conserva el recurso humano con el que las compañías logran alcanzar sus objetivos.

Compensar adecuadamente, puede ser garante de fidelización y estabilidad, debido a que esto impulsa el mutuo desarrollo (individuo y organización), ambas partes se complementan y dinamizan desde su quehacer de manera positiva. Se fortalece la cultura organizacional, se potencia el desarrollo de las personas y se logra un bienestar colectivo.

Dicho lo anterior, es posible mostrar en las siguientes líneas, ideas y conceptos fundamentados en autores que relacionan a las organizaciones con la compensación que de ellas emana.

Los procesos para recompensar a las personas constituyen los elementos fundamentales para incentivar y motivar a los trabajadores de la organización, siempre que los objetivos organizacionales sean alcanzados y los objetivos individuales sean satisfechos. Por tal razón, los procesos para ofrecer recompensas destacan entre los principales procesos administrativos del área de recursos humanos dentro de las organizaciones. La palabra recompensa significa una retribución, premio o reconocimiento por los servicios de alguien. Una recompensa es un elemento fundamental para conducir a las personas en términos de la retribución, la retroalimentación o el reconocimiento de su desempeño en la organización. (Chiavenato, 2002)

Es indiscutible que, un colaborador siempre esperará una retribución por su labor y, en adición beneficios que le sumen a su proceso laboral y personal. Esto, puede reflejarse bien sea en bonos, seguros, retroactivos, auxilios, entre otros.

Indudablemente, si las personas encuentran dentro de la empresa posibilidades de promoción en su carrera y crecimiento profesional se sentirán más satisfechas y permanecerán colaborando más tiempo, lo que originará que contribuyan indudablemente con los resultados de la organización (Madero, 2009)

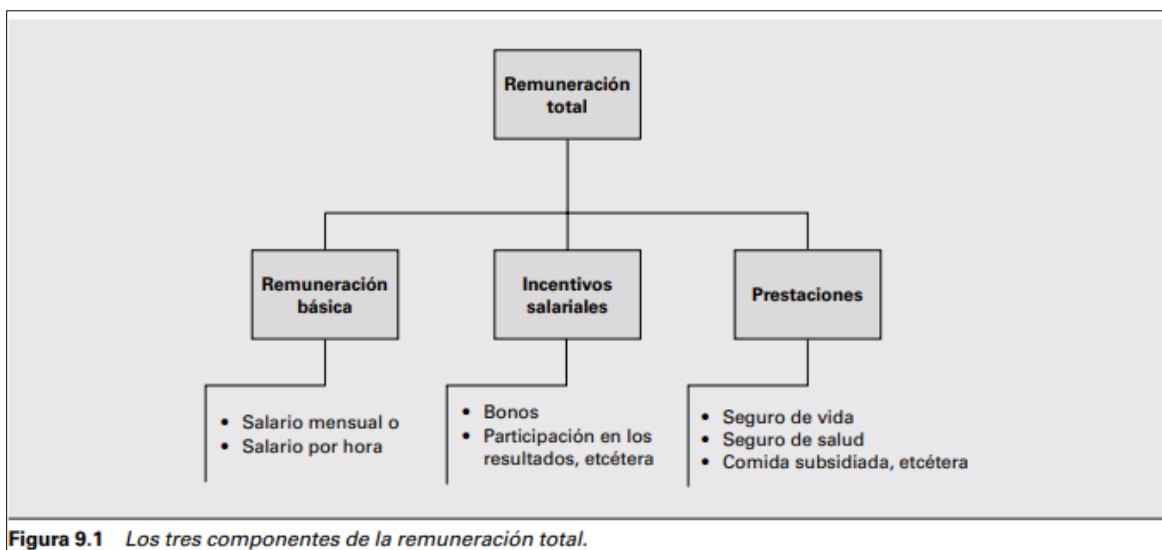


Ilustración 6 Esquema de remuneración total.

Tomado de: Chiavenato, 2009. *Gestión del talento humano, Remuneración total.*

Compensar, ratifica el compromiso organizacional para con el colaborador. Demuestra que existe un grado de significancia mucho más allá de una subordinación y un cumplimiento del deber. Manifiesta un equilibrio, un reconocimiento al desempeño, una premiación y por qué no una medida de incentivo; de todo esto se deriva un intercambio pues tanto la compañía como el individuo reciben de la otra parte un aporte representativo.

Una correcta compensación facilita la consecución de objetivos y la obtención de resultados. Destaca el sin fin de competencias que resaltan en cada colaborador. Por esto, el grado de satisfacción se ve tan involucrado en este apartado, la emocionalidad y el sentir son fundamentales para “fidelizar” a todos los que hacen parte de la compañía y para fortalecer positivamente sus expectativas personales y profesionales.

Por otra parte, la remuneración obedece a normas rígidas e inmutables, se administra con procesos estandarizados de evaluación de los puestos, a partir de una política generalizada que se aplica a todos los trabajadores, indistintamente y sin tomar en cuenta las diferencias individuales en su desempeño.

La remuneración se basa en el tiempo y no en el desempeño, otorga importancia al pasado del trabajador y a los valores fijos y estáticos. En el enfoque moderno predomina el modelo del hombre complejo, es decir, el supuesto de que las personas se sienten motivadas por una enorme variedad de incentivos, como el salario, los objetivos y las metas que deben alcanzar, la satisfacción en el puesto y en la organización, las necesidades de realización personal, etc. En este caso la remuneración obedece a esquemas flexibles, se rige por procesos personalizados, dentro de una política de adaptación a las diferencias individuales entre las personas y sus desempeños. (Chiavenato, 2002).

Una remuneración, se asume como una contraprestación por tareas específicas. Toda organización debe ofrecerles a sus colaboradores un pago oportuno, esto de acuerdo con la responsabilidad asignada, al cargo que domina, su carga laboral, sus competencias, y su desempeño como tal.

La remuneración se sustenta en las metas y los resultados que deben alcanzar las personas; se da importancia al desempeño futuro y a los valores variables y flexibles. Las organizaciones desarrollan sistemas de recompensas que provocan un efecto directo en su capacidad para atraer, retener y motivar a los trabajadores. Por una parte, las recompensas buscan incentivar la contribución de las personas para alcanzar los objetivos y la rentabilidad de la organización. (Chiavenato, 2002).

Habiendo mencionado lo anterior, respecto a la compensación, los incentivos y la remuneración, debe entenderse que todo esto dependerá del capital humano de cada organización y su compromiso para con la misma. Todos estos temas se derivan de los incentivos de las compañías, ellas tienen la facultad de determinar si lo hacen desde la forma pecuniaria que incluye un monto económico como tal, desde lo no pecuniario que ofrece adiciones exentas de dinero y programas flexibles dirigidos al reconocimiento de la labor, o en su defecto una combinación entre ambos.

Es pertinente aclarar que los temas tratados le conciernen a la compensación y los beneficios de las organizaciones, y estos a su vez, se contemplan al interior de la administración de personas. Actualmente, es para las organizaciones un desafío asumir adecuadamente todos estos ítems, puesto que es importante tener presente que el éxito de una operación no se relaciona con la retención de los colaboradores sino con la libertad y el cumplimiento de los mismos; en conjunto debe trabajarse para colocar personas, incorporarlas, recompensarlas, desarrollarlas, supervisarlas y finalmente fidelizarlas, sólo así podrá ejecutarse todo adecuadamente para encaminarse hacia el futuro de la administración de personas con todo lo que la misma implica. Como lo cita Chiavenato (2002) “El equilibrio interno se alcanza con información obtenida de la evaluación y la clasificación de los puestos, las cuales se suelen basar en un programa previo de la descripción y el análisis de los puestos. El equilibrio externo se alcanza con información externa obtenida de investigaciones de los salarios. Con esta información interna y externa, la organización puede trazar su política salarial - como parte de su política de recursos humanos - para normalizar los procedimientos de la remuneración del personal. La política salarial representa un aspecto particular y específico de las políticas de recursos humanos de la organización”.

9. Diseño metodológico

Este proyecto, fue desarrollado desde un modelo de investigación descriptivo. Se llevaron a cabo una búsqueda relacionada con esquemas de compensación y beneficios e incentivos en las organizaciones, específicamente entre Sodimac y Cencosud compañías líderes del sector retail en Colombia, del mismo modo se indagó sobre otras compañías reconocidas como Grupo Argos y Banco de Bogotá.

También, se analizaron datos cuantitativos y cualitativos.

9.1 Investigación

Se consultó información relacionada con la Compensación y los Beneficios de las organizaciones mencionadas anteriormente.

- **Fuente primaria:** Se llevaron a cabo encuestas y entrevistas a colaboradores de la compañía, se tomaron opiniones de líderes de equipos de las mismas y se observó directamente la mecánica de trabajo.
- **Fuente secundaria:** Bases de datos, reportes empresariales, informes empresariales, artículos, documentación y libros de gestión humana.

9.2 Contextualización

De acuerdo con la información recopilada, se lleva a cabo un análisis de mercado enfocado a los incentivos organizacionales y se realiza una propuesta para la compañía Sodimac Homecenter.

9.3 Construcción

Para llevar a cabo el análisis, fue necesario llevar a cabo:

- Análisis del entorno.
- Análisis del sector.
- Análisis de la competencia.
- Análisis de incrementos salariales.
- Medición de los esquemas de compensación.
- Beneficios recibidos.
- Propuesta.

10. Análisis del entorno

Recordemos que, desde el análisis del entorno de la compañía, se identifican aquellos factores que inciden positiva o negativamente en la actividad de la compañía, para ello, se emplea el modelo PESTEL, herramienta administrativa utilizada para la planificación estratégica.

10.1 Político

Toda compañía depende de los factores políticos del país en el que ejerce su actividad comercial, debido a que por regulaciones o normativas debidamente estipuladas puede o no afectarse su operatividad.

Dicho esto, la actividad en el sector retail, cuenta con diversas regulaciones que enmarcan la operación de Sodimac. Todo esto según los márgenes indicados por el Gobierno Nacional en temas de importaciones y regulación mercantil. También, es su deber cumplir a cabalidad con todo tipo de regulación laboral, regulación mercantil y pago de impuestos.

10.2 Económico

Teniendo en cuenta la situación pandémica y post – pandémica que enfrenta el país, se enmarca un análisis acorde a los efectos que esto ha generado. Contrario a otras compañías, desde Sodimac se protegió el empleo de los más de ocho mil colaboradores de todas las tiendas del país.

Adaptándose a la nueva realidad, la organización migró a canales tecnológicos para seguir atendiendo las necesidades de los consumidores, obteniendo así ventas significativas desde el canal de retail digital. También, con la implementación de la robotización se optimizó a gran escala el rendimiento de la operación. Todo esto, permitió el alcance de unos ingresos totales y una utilidad en gran escala de cumplimiento respectivamente. Es pertinente aclarar que se atravesó por ítems referentes a variaciones en precios, alta demanda de productos, altos gastos en la operación dadas las nuevas condiciones del mercado y sobre todo una gran oportunidad de negocio.

10.3 Social

Alrededor de la situación generada por el virus SARS- Cov2, se evidenciaron altos índices de desempleo en el país, sin embargo, en Sodimac, se preservaron los empleos de los más de ocho mil colaboradores de la compañía en todo el territorio nacional. En adición, se incluyeron a los equipos de trabajo, personas en condición de discapacidad cognitiva, física y vulnerabilidad socioeconómica.

También, se formaron colaboradores técnicamente desde la escuela de excelencia Homecenter y se impartieron capacitaciones para alfabetizar a los colaboradores en temas relacionados con el servicio al cliente, la alfabetización de datos, liderazgo, la formación de proyectos, ventas logística y SST.

Se adoptaron medidas para reforzar la calidad de vida de los colaboradores a través de los beneficios corporativos y, por encima de todo, se adaptó la mayor parte de la operación a la contingencia buscando en su máxima expresión proteger la integridad y la salud de todas las personas.

10.4 Tecnología

Tal como se mencionó en líneas anteriores, Sodimac migró al e-commerce desde canales de retail digitales para seguir atendiendo las necesidades de todos sus consumidores.

A través de la plataforma comercial Homecenter, desde la aplicación las personas pueden acceder a los diferentes productos y servicios que tienen a su disposición y recibirlos desde la comodidad de sus hogares.

Para ello, fue necesario implementar la automatización y la inteligencia artificial tanto en tiendas como en centros de distribución, para agilizar mucho más la dinámica comercial y lograr ser más efectivos y eficientes en la prestación del servicio para el público.

Para la red de apoyo de Sodimac, se empleó la estrategia “Smart Working” pensando en la disminución de focos de contagio. Con esta opción, se pueden llevar a cabo las diferentes responsabilidades de todos los colaboradores desde instancias tecnológicas asegurando la conectividad de todos y la consecución de resultados de los diferentes equipos de trabajo.

10.5 Ecológicos

Para compensar y mitigar el impacto ambiental, la compañía se dispuso a recolectar 9 toneladas de pilas y luminarias y sesenta y tres mil unidades de llantas y baterías. Se certificaron veinte siete tiendas a nivel nacional en Norma ISO 14001 y se sembraron cinco mil árboles en retribución ambiental por la huella de carbono generada a raíz de la operación de Sodimac.

10.6 Legal

Se adaptan políticas de bioseguridad y protocolos sanitarios dentro de todos los establecimientos Sodimac del país en cumplimiento a las normativas exigidas desde el Gobierno Nacional para garantizar una operación segura. Del mismo modo, se cumplen con todas las exigencias y normativas mercantiles acordes a la ley.

11. Análisis del sector

El concepto de Retail es una orientación de la dirección del negocio que sostiene que las tareas claves de un minorista son: a) determinar las necesidades y deseos de su mercado objetivo y, b) dirigir la empresa hacia la satisfacción de esas necesidades y deseos, de forma más eficiente que sus competidores, (Vigaray, 2005).

El comercio detallista o minorista es el último eslabón de la distribución comercial, es el intermediario que se dedica a la venta de productos, bienes o servicios a los consumidores o usuarios finales, (Burruezo, 1999).

El retail, también conocido como el comercio minorista, uno de los sectores de mayor incidencia dentro de la dinámica económica de cualquier país.

Dentro de la dinámica comercial, ha surgido la necesidad de manejar volúmenes de productos para cumplir a cabalidad grandes demandas de los diferentes clientes o consumidores que pueden existir.

El sector minorista es también uno de los más importantes a nivel mundial. Es la segunda industria más grande en los Estados Unidos tanto en número de establecimientos y el número de empleados, allí la industria minorista genera 3,8 trillones de dólares en ventas anuales al por menor (\$ 4,2 trillones de ventas si se incluyen el servicio de alimentos), aproximadamente 11,993.00 dólares per cápita.

El negocio, consiste en revender productos o mercancías sin ningún tipo de alteración (cero transformación) para entregársela al consumidor final, debe tenerse en cuenta que este comercio maneja grandes volúmenes, razón por la que su precio suele ser más asequible. De hecho, reconocidas marcas del país iniciaron desde el comercio minorista, almacenes de cadena como Carulla, Olímpica y Falabella quienes, desde los años 1960 y 1969 iniciaron sus negocios y con el transcurrir del tiempo presentaron alianzas estratégicas para formar grandes cadenas de almacenes en Colombia.

En los años siguientes, la presencia de empresas multinacionales que compiten en la venta al detal ha sido notable desde la cadena Sodimac a través de Homecenter, la española Mango, el grupo financiero Falabella de Chile, el consorcio empresarial chileno Cencosud en 2007 adquiere Carrefour y se acostó con el grupo Casino con participación accionaria de Casino con el 30% y de Cencosud 70%. Dos años más tarde en 2009 Cencosud adquiere el 30% de las acciones de Casino y a partir del 2011 PriceSmart con un formato diferente de los acostumbrados en el país. (Sánchez L, Mena R, García S. 2021).

A la hora de hablar este sector, debe tenerse en cuenta que, uno de los pilares fundamentales que impactan dentro del retail son el servicio al cliente y el servicio post venta, debido a que es importante atender todo tipo de situación que al consumidor o cliente final se le pueda o no presentar durante toda su experiencia. Supermercados, tiendas para el mejoramiento del hogar, droguerías, tiendas departamentales y librerías, suelen destacarse en este sentido.

Dentro de este segmento del mercado, se identifican diferentes tipos de formatos del retail, estos son: El hard discount, se caracteriza por la comercialización de productos con altos porcentajes de descuentos, razón por la que su comercialización suele ser en gran magnitud . De esta forma a pesar que las utilidades de estas mercancías son muy bajas, la facilidad de adquirirlas por su bajo precio hace que estas se vendan abundantemente en grandes cantidades, casi que, de forma inmediata, lo que hace que esa pequeña ganancia se aumenta a medida que lo hace su consumo (De Los Reyes & Salazar, 2017).

También, se encuentran las grandes superficies, quienes ofrecen al consumidor productos de diferentes sectores, para que sean escogidos según la necesidad específica de las personas, por ejemplo, estos formatos generalmente se encuentran en tiendas como supermercados, dado que se tiene la posibilidad de acceder a diferentes secciones como hogar, alimentación, tecnología, entre otros. Estos formatos se han transformado hasta tener particularidades como la de ser parte de las visitas a los centros comerciales, mejorando su oferta de valor al adicionar dentro de sus servicios, restaurantes, bancos, cajeros electrónicos, reparaciones, etc., llegando así a consumidores de todo tipo de estratos (Bahamón, 2013).

Han sido diferentes los cambios y transformaciones por las que éste sector en especial ha pasado, pues con las nuevas épocas llegan los nuevos retos. Puede decirse que, a través de la fidelización de los consumidores y clientes finales de las compañías, se consigue el éxito dentro de este segmento pues constantemente, deben establecerse estrategias que faciliten la construcción y el fortalecimiento de las marcas que allí se encuentran. Para Martínez (2005) el canal de distribución o retail deberá estar íntimamente ligado a las actividades de Merchandising, ya que ambas categorías comparten el interés común de llegar al consumidor final.

Ahora bien, es importante centrarse en el retail colombiano.

El Grupo de Investigaciones Económicas de Bancolombia entregó un informe sobre el comportamiento del sector retail en Colombia, y como le saca provecho a la crisis que llega por cuenta del coronavirus. Según el estudio, si bien las ventas al por menor no muestran signos de recuperación, en cambio el sector retail se muestra como el gran ganador del año. Destaca el análisis lo que ha ocurrido con la omnicanalidad y la implementación de procesos de e-commerce, estrategias que “han beneficiado la dinámica del sector” “Es importante mencionar que, así como la implementación del e-commerce ha sido un factor para algunas compañías, también ha jugado en contra para aquellos negocios donde factores como la ubicación y las necesidades de inversión han impedido la implementación de este canal, reduciendo la dinámica de estos negocios a las ventas presenciales” complementa el estudio. Lo anterior porque hay “mejores condiciones del sector y los mayores niveles de vacancia en locales comerciales en el país, que les permitirá expandir su presencia en zonas de las ciudades donde antes no habían podido llegar y a un menor costo de renta”, concluye el Grupo de Investigaciones Económicas de Bancolombia. (Valora Analtik, 2020).

A hoy, son muchos los intereses que pretenden hacer del retail una industria de expansión e innovación, cada vez más las grandes superficies que operan en Colombia se están preocupando por ofrecer dentro de sus negocios algo más que un simple producto o un servicio; antes bien, día a día están brindando a sus clientes una experiencia integral que impacta positivamente dentro de su necesidad satisfecha. Y es que se ve la diferencia, desde el contacto que se tiene con las personas y la actitud de disposición y servicio con la que el colaborador atiende la solicitud del cliente, cosas como estas hacen que la compra de algún elemento se vuelva algo significativo, porque generará en el otro el deseo de regresar no solo por la calidad de lo adquirido sino por la calidez en su atención porque es necesario recordar que no sólo se puede hablar de experiencia por el momento de la compra, también es complementario todo aquello que sucede en la post-venta.

Esto es lo que se está diciendo del retail colombiano:

“Lejos Sodimac propietaria de la marca Homecenter es la líder del mejoramiento del hogar. Esta compañía que nació de la unión del grupo Falabella de Chile y el grupo Corona de Colombia, que tiene 40 tiendas en el territorio nacional, con una variedad de categorías de productos como decoración y dotación del hogar, acabados, jardinería, construcción y ferretería, entre otras.

El segundo lugar es ocupado por el conglomerado francés SEB propietaria de la marca Imusa. En el mundo, esta empresa tiene presencia en más de 150 países con 62 filiales. Sus tres grandes líneas de productos se reúnen en cocción, electrodomésticos, hogar y cuidado personal.

El tercer lugar lo ocupa Muebles Jamar con un crecimiento del 6.1%. Esta compañía de origen caribeño fundada hace 66 años por la familia Naimark en Barranquilla es líder en el sector del mueble y la decoración, cuenta con 20 tiendas en Barranquilla, Cartagena, Montería Santa Marta, Valledupar Bucaramanga, Sincelejo, Riohacha, Medellín y Bogota y 6 en Panamá. Jamar genera más de 1.400 empleos directos y 8.000 indirectos. Su amplia cadena de valor, incluye productores de materias primas, fabricantes de mobiliario (aserradores, cortadores, ebanistas etc., lo que le permite producir anualmente 460 mil unidades de productos para el hogar. Su estrategia incluye un sistema de financiación para el público a través de Credijamar, ofrecen créditos diferenciados de fácil acceso, para las personas que no son visibles para otras entidades financieras.

El cuarto lugar es ocupado por Easy la tienda de mejoramiento del hogar del grupo Cencosud.

De destacar el desempeño de Tugó. La marca ha sido galardonada con el “Global Innovation Awards”, por su innovación y excelencia del retail de productos para el hogar.” (Vargas B. 2020)

12. Análisis de competidor

Cencosud S.A. Centros Comerciales Sudamericanos S.A. es un consorcio empresarial chileno que opera en diversos países de América del Sur, principalmente en el rubro minorista. Es controlada por la familia Paulmann. La empresa se originó a través del autoservicio «Las Brisas» fundado por el inmigrante alemán Horst 42 Paulmann en la ciudad de Temuco, en el sur de Chile.

En 1978 inauguró «Jumbo», el primer hipermercado del país, en el sector oriente de Santiago de Chile y tres años más tarde lo haría en Buenos Aires. En los años posteriores, amplió su línea de supermercados y centros comerciales hasta 2005 cuando adquirieron Almacenes París en Chile. De allí en adelante, Cencosud se expandió a Perú, Colombia y Brasil, convirtiéndose en una de las cadenas minoristas más grandes de toda América Latina. Al año 2011, Cencosud totalizaba ingresos por venta equivalentes a 15.600 millones de dólares anuales y un EBITDA de 1.295 millones de dólares estadounidenses. En total, sus tiendas suman más de 3,1 millones de metros cuadrados de superficie.

En 1982, Cencosud inaugura su primer hipermercado Jumbo en Buenos Aires, ubicado en la zona de Parque Brown, con una superficie de 7.000 m² app. Debido al éxito, ese mismo año ingresa al rubro de los centros comerciales al inaugurar ". En 2003, Cencosud adquiere Jumbo Centro Comercial", en Capital Federal, Buenos Aires. En las operaciones de supermercados Santa Isabel en Chile, que contaba con 75 supermercados distribuidos entre Arica y Puerto Montt y un centro de distribución ubicado en Santiago.

Por otra parte, comienza el desarrollo de la actividad crediticia, con la formación de "Cencosud Administradora de Tarjetas de Crédito S.A." y el lanzamiento de la tarjeta de crédito Jumbo Más, para realizar compras en los diversos comercios de la compañía en Chile. Tanto Jumbo como Easy inauguran sucursales en Chile y en Argentina. En 2004 continúa con su proceso de expansión, tanto orgánico como inorgánico. En este último punto se destacan las adquisiciones de las cadenas de supermercados Las Brisas (diecisiete locales)⁸ y Montecarlo (quince locales), en Chile. Este mismo año destaca por la apertura bursátil de la empresa, la cual logró recaudar 332 millones de dólares en la Bolsa de Comercio de Santiago. Se destaca la inauguración de dos Jumbo en Chile, El Llano en Santiago y otro en Temuco, más uno en

Cencosud En 2006 continúa con su expansión supermercadista en Chile, con la adquisición de las cadenas Economax, en Santiago e Infante en Antofagasta, incorporando dieciséis locales a la compañía. Si bien las primeras inversiones fueron en la década de los 80, durante la década del 2000 es cuando Cencosud expande su presencia en distintos países de la región a través de varios formatos. En 2004 adquiere la cadena de supermercados Disco en Argentina. Por otra parte se destaca la inauguración del centro comercial más grande del interior de Argentina: Portal Rosario. Durante el 2006, en Argentina se inauguraron tres locales Easy y ocho Disco. En 2007 Cencosud logra ingresar a tres nuevos mercados. En Colombia, Cencosud intentó ingresar directamente al mercado de Colombia como accionista menor de Almacenes Éxito; sin embargo, finalmente prefirió hacer una alianza con el Grupo Casino, formando un joint venture para el desarrollo de Easy e inaugurando su primer local en dicho país.

Cencosud es uno de los más grandes y prestigiosos conglomerados de retail en América Latina. Cuentan con operaciones activas en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia, donde día a día desarrollan una exitosa estrategia multiformato que hoy da trabajo a más de 140 mil colaboradores. (Cencosud, 2016).

Las operaciones se extienden a través de diferentes líneas de negocios, tales como supermercados, mejoramiento del hogar, tiendas por departamento, centros comerciales y servicios financieros. Eso los ha convertido en la compañía de capitales latinoamericanos más diversificada del Cono Sur y con la mayor oferta de metros cuadrados. Adicionalmente, desarrollan otras líneas de negocio que complementan la operación central, como es el corretaje de seguros y centros de entretenimiento familiar. Todos ellos cuentan con un gran reconocimiento y prestigio entre los consumidores, excelente nivel de servicio y satisfacción al cliente. (Grupo In Motion, 2014).

Cencosud Colombia maneja tres unidades de negocios importantes: Supermercados, que cuentan con 75 tiendas Jumbo distribuidas en todo el país. En octubre del 2013, incluyeron 42 Supermercados Metro Colombia, a la familia Cencosud. Venden todo lo relacionado con mercado, ropa, electrodomésticos, entre otros.

El retail financiero, basado en una relación directa con los clientes, donde al ofrecer apoyo financiero con la “Tarjeta Cencosud”, logra generar fidelidad con las diferentes unidades de negocio. De esta forma, los clientes disfrutan de descuentos y beneficios exclusivos en Easy, Jumbo y Metro a través de una alianza estratégica 50/50 con Multibanca Colpatria del Grupo Scotiabank.

Finalmente, el mejoramiento del hogar y construcción: En el año 2008 se inauguró la primera tienda Easy en la ciudad de Bogotá. Actualmente suman más de 9 tiendas en Colombia bajo la marca. Es pertinente aclarar que Easy es la megatienda del hogar y la construcción, especializada en servicios para la construcción, remodelación y equipamiento de la casa y el jardín. Hace parte del grupo de capital germano-chileno Cencosud, que tiene en su portafolio varias de las empresas más importantes de Latinoamérica en el área de retail

Cencosud es hoy un consorcio que cumple más de cinco décadas transformando en realidad el sueño de ser el retailer más prestigioso y rentable de Latinoamérica, basando la historia, en el continuo crecimiento para consolidar la presencia en los sectores en los que se operan. (Cencosud, 2016).

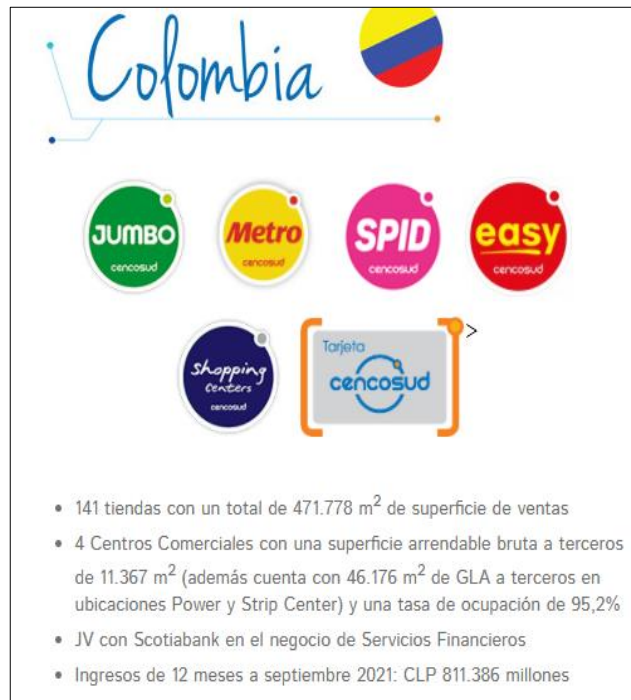


Ilustración 7 Marcas Cencosud Colombia.

Tomado de: *Composición de Cencosud Colombia.* [CENCOSUD SA - Inversionistas - Quienes somos - Que es Cencosud? - Resumen por Pais - Colombia](#)

Cencosud Colombia S.A., cuenta actualmente con más de 3000 proveedores a nivel nacional e internacional, los cuales le suministran, no solo los productos que comercializa en los hipermercados, también servicios de aseo, vigilancia, quejas de los proveedores y asuntos jurídicos.

Algunos de los proveedores más importantes son:

- **Colpatria:** Entidad bancaria a través de la cual presta sus servicios de Retail financiero, específicamente la tarjeta de crédito Cencosud.
- **TERPEL S.A:** Entidad que le suministra los combustibles para vehículos que se venden en el negocio de las estaciones de servicio.

- **Distribuidora de Papeles Dispapeles:** Empresa que suplente las necesidades de artículos para oficina.

- **Integral de Distribuciones y Servicios:** Empresa que suplente las necesidades de implementos de aseo y cafetería.

- **Jaguar, Formosa y Altalene:** Empresas que proveen las bolsas plásticas (biodegradables) que se usan en las tiendas en el país.



Ilustración 8 Porcentajes de participación.

Tomado de: [CENCOSUD SA - Inversionistas - Quienes somos - Que es Cencosud? - Resumen por Pais - Colombia](#)

12.1 Plan de compensación de Cencosud.

CLAUSULA 10. NACIMIENTO Y/O ADOPCIÓN DE HIJO(A).

Con ocasión del nacimiento o adopción de un () hijo(a) la EMPRESA concederá al padre/madre trabajador(a) los siguientes permisos y auxilios especiales:

a. PERMISOS: La EMPRESA concederá al padre trabajador un permiso remunerado de ocho (8) días hábiles contados a partir de la fecha del nacimiento o adopción del (la) hijola) Este permiso remunerado reemplaza integralmente los de beneficio concedidos al padre trabajador en la Ley 755 de 2002 (Ley Maria) o cualquier que regule dicho beneficio. En el caso de la madre trabajadora, la EMPRESA concederá el descanso remunerado legal con tenido en el artículo 236 del Código Sustantivo del Trabajo y la Ley 1822 de 2017.

b. AUXILIOS: La EMPRESA reconocerá un auxilio de noventa y siete mil ciento cincuenta y siete pesos (\$97.157) por cada hijo(a) nacido(a) o adoptado(a), de acuerdo con la siguiente regulación:

- Si es la trabajadora beneficiaria la madre del recién nacido o adoptado, este auxilio se pagará y reconocerá a ella directamente.
- Si el trabajador beneficiario es el padre, se le reconocerá y pagará el auxilio, siempre y cuando acredite su condición de tal, de acuerdo con lo indicado más abajo.
- Para tener derecho a este auxilio el trabajador(a) beneficiario(a) deberá haber completado el período de prueba en la fecha del nacimiento del/la recién nacido o adopción. Si en esta fecha. padre y madre son ambos trabajadores de la EMPRESA, se reconocerá un
- solo auxilio que será pagado a la madre.

PARAGRAFO PRIMERO En todos los casos, el reconocimiento del auxilio requiere de la presentación del respectivo registro civil de nacimiento del recién nacido o de adopción en el área de Recursos Humanos o área de nómina de la EMPRESA.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar Easy, el monto del auxilio de nacimiento o adopción será de ochenta y ocho mil doscientos treinta pesos (\$88.230).

CLÁUSULA 11. BENEFICIOS POR MATRIMONIO. Con ocasión del matrimonio, bajo cualquier rito religioso o civil, incluyendo el contrato de solemnización del vínculo marital, del trabajador(a) beneficiario(a). La EMPRESA le concederá los siguientes permisos y beneficios especiales:

a. PERMISO: La EMPRESA concederá cuatro (4) días calendario de permiso remunerado al trabajador(a) beneficiario(a) que lo solicite para contraer matrimonio. El trabajador(a) debe solicitar el permiso por conducto de su jefe inmediato, al área de Recursos Humanos.

b. AUXILIO: La EMPRESA entregará al trabajador(a) beneficiario(a) de esta cláusula, una tarjeta regalo por valor de ciento diecinueve mil trescientos setenta pesos (\$119.370).

PARÁGRAFO: Para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar Easy, el auxilio será de sesenta y dos mil doscientos ochenta pesos(\$62.280).

CLÁUSULA 12. DEFUNCIÓN DE FAMILIARES. Cuando a un trabajador(a) beneficiario(a) le sobrevenga la muerte de cualquiera de los familiares que se señalan a continuación, la EMPRESA le concederá los siguientes permisos remunerados y auxilios especiales:

a. PERMISO: La EMPRESA concederá a los trabajadores beneficiarios un permiso remunerado de cinco (5) días hábiles, si falleciera su cónyuge o compañero permanente registrado, así como si el fallecimiento sobreviniere a cualquier familiar hasta el segundo grado de consanguinidad (abuelo nieto. padres hijos, hermanos). primero de afinidad (suegros, hijastros y padrastros), o primero civil (hijo adoptivo padre adoptante).

El permiso antes mencionado se aumentará en dos (2) días, en los casos de fallecimiento de cónyuge o compañero (a) permanente, hijos, y padres del trabajador. Dicho permiso remunerado reemplaza en todo aspecto los días de licencia por luto concedidos por la Ley 1280 de 2009 y cualquiera que se refiera a dicho beneficio.

b. AUXILIO: La EMPRESA otorgará un auxilio por fallecimiento en las siguientes circunstancias:

Por el fallecimiento de su Esposa(o) o compañera(o) registrada(o), así como por el fallecimiento de cualquiera de sus hijos reconocidos, la EMPRESA otorgará al trabajador(a) beneficiario de la presente convención colectiva un auxilio equivalente a dos (2) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Al mismo auxilio tendrá derecho el trabajador o la trabajadora soltero o soltera, sin compañero(a) registrado(a) ni hijos, si le sobreviene el fallecimiento de su padre o madre o ambos.

Para el pago del auxilio, el trabajador(a) deberá presentar el respectivo registro civil de defunción, así como la demás documentación que la EMPRESA considere pertinente en el área de Recursos Humanos.

PARÁGRAFO: Para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar Easy, el auxilio será de setecientos cincuenta y siete mil setecientos cuarenta pesos (\$757.740)

CLÁUSULA 13. MUERTE DEL TRABAJADOR En caso de muerte del (la) trabajador(a) beneficiario). la EMPRESA otorgará a su familia, por una sola vez, un auxilio equivalente a dos (2) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

PARÁGRAFO: Para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar Easy, el auxilio será de un millón doscientos noventa y siete mil quinientos pesos (\$1.297.500)

CLÁUSULA 14. PRIMA DE VACACIONES. La EMPRESA pagará al trabajador beneficiario de la presente convención colectiva, una prima de vacaciones equivalente a cinco (5) días de su salario básico por periodo de vacaciones disfrutado. Esta prima se pagará al momento de salir el trabajador a disfrutar las vacaciones.

PARÁGRAFO PRIMERO: En caso del retiro del trabajador beneficiario sin haber disfrutado del último período de vacaciones causadas, tendrá derecho al reconocimiento de esta prima, la cual se cancelará con las demás prestaciones, salvo que la cancelación del contrato obedezca a justa causa invocada por LA EMPRESA y esa justa causa sea cualquiera otra diferente al reconocimiento de la pensión de vejez.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar Easy, la EMPRESA pagará al trabajador beneficiario de la presente convención colectiva, una prima de vacaciones equivalente a cinco (5) días de su salario básico por periodo de vacaciones disfrutado. Esta prima que se cumplen las vacaciones se pagará en el mismo mes.

CLÁUSULA 15. AUXILIO DE ANTEOJOS O PARA LENTES DE CONTACTO. A los trabajadores beneficiarios que hubiesen superado el período de prueba contractual a quienes les sean formulados anteojos por parte de la entidad promotora de salud o de una entidad avalada por la EMPRESA. Se les reconocerá y pagará, por cada año de vigencia de la presente convención colectiva, la suma de ciento seis mil novecientos catorce pesos (\$106.914), previa presentación de la fórmula y cotización respectiva.

PARÁGRAFO: Para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar Easy el valor del auxilio anual será de ochenta y tres mil cuarenta pesos (\$83.040), sin que se exceda el valor real de los lentes según la factura respectiva. También se reconocerá este auxilio en el caso de lentes de contacto o lentes con filtros o características especiales, recetados como corrección visual obligatoria (no para uso estético). El auxilio no cubre el marco o montura de los anteojos. Teniendo en cuenta que el auxilio se manejará bajo la figura del reembolso para acceder a este auxilio el trabajador deberá presentar dada por el médico de la EPS la formulación de los lentes a la cual se encuentre afiliado y la factura original de pago de los mismos.

CLÁUSULA 16. AUXILIO EDUCATIVO PARA TRABAJADORES. La EMPRESA otorgará tres (3) becas anuales, dos (2) en el primer semestre del año y una (1) en el segundo semestre, única y exclusivamente para estudios de educación superior, por valor de cuatrocientos quince mil doscientos pesos (\$415.200) cada una, por tienda, única y exclusivamente para estudios universitarios, las cuales se otorgarán a los empleados que cumplan las siguientes condiciones:

- No tener sanciones disciplinarias mayores a cinco (5) días en la Empresa durante el último semestre.
- Tener mínimo tres (3) años de antigüedad dentro de la compañía.
- C. otorgarán al trabajador con el promedio más alto, en el respectivo semestre anterior, dentro de cada tienda, sin que sea inferior en ningún caso a cuatro punto cero (4.0). De haber empate en los promedios académicos, la beca se entregará al trabajador o trabajadora que tenga una mayor antigüedad.
- El trabajador debe entregar copia de una certificación académica expedida por la universidad, en la que conste el promedio del semestre inmediatamente anterior y la matrícula vigente.
- Estas becas educativas se entregarán directamente a la institución de educación superior avalada por el Ministerio de Educación.
- No existirá la posibilidad que un mismo trabajador repita este beneficio de manera consecutiva.

PARÁGRAFO: Para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar Easy, este beneficio se aplicará bajo los siguientes parámetros:

La EMPRESA otorgará tres (3) becas semestrales, única y exclusivamente para estudios de educación superior, por valor de cuatrocientos quince mil doscientos pesos (\$415.200) cada una, las cuales se otorgarán a los empleados que cumplan las siguientes condiciones:

- No tener suspensiones por faltas graves en los últimos seis (6) meses.
- Tener mínimo un (1) año de antigüedad dentro de la EMPRESA.
- Se otorgarán a los tres mejores promedios de los afiliados que se hayan postulado al auxilio, con un promedio mínimo de 4.0 en una escala del 1 al 5. En caso de empate entre los candidatos, se entregará al que tenga mayor antigüedad en la empresa.
- El trabajador o trabajadora debe entregar copia de una certificación académica expedida por la institución educativa, en la que conste el promedio del semestre inmediatamente anterior y la matrícula vigente.
- Estas becas educativas se entregarán directamente al trabajador, previa presentación del recibo del pago del semestre siguiente.

CLÁUSULA 17. BONIFICACIÓN DE NAVIDAD POR RESULTADOS. acuerdan que la EMPRESA otorgará una bonificación de navidad, entre cien mil pesos (\$100,000) y trescientos cincuenta mil pesos (\$350.000) dos así:

Cada sujeto por su propio resultado y por el desempeño en las demás áreas por el resultado total de supermercados Colombia, o de su propia área de acuerdo con los siguientes indicadores:

- Cumplimiento de presupuesto de ventas netas.
- Cumplimiento de presupuesto de (%) de Merma.
- Cumplimiento de la medición de servicio al cliente, realizada por el área de fidelidad.
-

PARÁGRAFO PRIMERO: Para los trabajadores de la división de supermercados aplicará según los porcentajes de cumplimiento de cada tienda; y para los trabajadores que no están en tiendas se liquidará por el promedio de las variables anteriores a nivel país.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Las condiciones acordadas para el pago de la bonificación aquí regulada son las siguientes: Los objetivos y sus cumplimientos se establecerán para el periodo comprendido entre diciembre 2019 y noviembre 2020 y así sucesivamente. La EMPRESA se compromete a divulgar los resultados de cumplimiento de presupuesto trimestralmente.

La EMPRESA pagará esta bonificación de navidad por resultados, a los trabajadores beneficiarios que al quince (15) de diciembre, del respectivo año tengan más de dos meses de servicio en la EMPRESA

PARÁGRAFO TERCERO: El trabajador tendrá las siguientes opciones para recibir la bonificación de navidad por resultados colectivos cuando la bonificación de navidad por resultados supere el pago mínimo de \$100.000, el monto se pagará en la cuenta de nómina de cada trabajador.

Cuando el trabajador elija el pago en efectivo, solamente recibirá el valor de \$100.000 en su cuenta de nómina. Dicha bonificación es no salarial y por lo tanto no tendrá efectos prestacionales ni de carácter parafiscal.

PARÁGRAFO CUARTO: En los casos en que se presenten circunstancias de fuerza mayor externas, no afectará el indicador por la merma derivada estos eventos.

PARÁGRAFO QUINTO: Lo convenido en la presente cláusula no aplica para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de Mejoramiento del Hogar Easy.

CLÁUSULA 18. AUXILIO DE ALIMENTACIÓN PARA AUXILIARES. LA EMPRESA entregará, a todos los trabajadores que desempeñan el cargo de auxiliar y analista, en el formato de supermercados JUMBO y METRO, sede administrativa, Plataformas, EDS ubicadas fuera de las tiendas, inventarios, pricing y Metro Express, una tarjeta regalo canasta, por un valor de veinticinco mil pesos (\$25.000), mensuales, para ser redimida en compras de productos de las secciones de Perecederos y PGC, de las tiendas JUMBO y METRO.

Este valor se causará durante los días en que haya prestación efectiva del servicio y durante los periodos de incapacidad por accidente de trabajo e incapacidades por enfermedad general o profesional igual o inferior a cinco (5) días. Este pago tiene carácter no constitutivo de salario y se pagará en la primera quincena del mes siguiente a su causación.

PARÁGRAFO SEGUNDO Lo convenido en la presente cláusula no aplica para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de Mejoramiento del Hogar Easy.

CLÁUSULA 19. BONIFICACIÓN POR DÍA DEL TRABAJO. La Compañía reconocerá el 1 de mayo de cada año, por la vigencia de la presente convención, una bonificación por el día del trabajo (1 de mayo), no salarial, por la suma de ciento veinticuatro mil quinientos sesenta pesos (\$124.560). Este valor se pagará en la segunda quincena del mes de abril de cada año.

PARÁGRAFO: Para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar EASY, la bonificación por el día del trabajo (1 de mayo), será de ochenta y tres mil cuarenta pesos (\$83.040), siempre y cuando a la fecha de pago del bono, el trabajador haya superado el periodo de prueba.

CLÁUSULA 20. REQUISITOS GENERALES PARA ESTE CAPÍTULO. Las partes acuerdan que todos los beneficios contenidos en el capítulo quinto (5) de la presente Convención Colectiva, no constituyen salario, ni serán factor para liquidación de prestaciones sociales, aportes para seguridad social o parafiscal, de conformidad con lo previsto en los artículos 15 y 16 de la Ley 50 de 1990 y 17 de la Ley 344 de 1996. En todo caso, para poder acceder a los beneficios contenidos en este capítulo, se hace necesario acreditarse debidamente, con los documentos que certifiquen las condiciones que lo hacen destinatario del beneficio.

PARÁGRAFO. El(la) trabajador(a) beneficiario(a) deberá solicitar los beneficios contenidos en este capítulo ante el área de Recursos Humanos, en plazo no exceda de sesenta (60) días calendario contados a partir de la ocurrencia del hecho que los cause, acompañando la solicitud con la documentación que sustente la prestación del beneficio.

Sin perjuicio del plazo referido, existirán beneficios para los cuáles los trabajadores deberán sujetarse a un plazo específico para obtener los mismos.

12.2 Otros beneficios extralegales.

CLÁUSULA 21. BENEFICIOS CUMPLEAÑOS. LA EMPRESA otorgará el día de cumpleaños del trabajador un descuento del 20% en las compras. Este descuento no será acumulable con otros descuentos. Este descuento se podrá hacer efectivo una sola vez, entre los ocho días calendario anteriores y los ocho días calendario posteriores a la fecha del cumpleaños.

PARÁGRAFO: Para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar Easy, la EMPRESA otorgará veinte por ciento (20%) de descuento en compras en tiendas EASY para el día del cumpleaños del afiliado a la UNIÓN. El afiliado a la UNION podrá hacer uso de dicho beneficio cinco (5) días corrientes anteriores y hasta cinco (5) días corrientes posteriores a la fecha de su cumpleaños. Este descuento no aplica en los rubros de acero, cobre, alambre, Electro Hogar, materiales de construcción, plomería y revestimientos.

CLÁUSULA 22. DESCUENTO EN COMPRAS PARA EMPLEADOS. A partir de la firma de la presente Convención Colectiva, la EMPRESA otorgará los siguientes beneficios:

De acuerdo con la capacidad de endeudamiento del trabajador o trabajadora beneficiario(a) y observando las limitaciones establecidas en los artículos 151 y 153 del C.S.T. la EMPRESA otorgará créditos equivalentes a máximo el 20% del salario básico mensual, para adquirir productos de la canasta familiar en los establecimientos de comercio de JUMBO O METRO, exceptuando licores y tabacos en general. El cupo del crédito asignado se gestionará a través del portal del empleado y podrá realizar compras en cualquier establecimiento de comercio en formato JUMBO O METRO, independientemente de su denominación o actividad. Con su firma o adhesión a la presente Convención Colectiva, el trabajador(a) suscribiente o adherente autoriza a la EMPRESA para descontar de su nómina quincenal o mensual, los pagos derivados de la utilización el crédito asignado de que trata la presente cláusula. Así mismo, en caso de terminación del contrato de trabajo por cualquier causa existiendo saldos insolutos a cargo del trabajador, estela) autorizará a la EMPRESA a descontar el saldo de la liquidación definitiva de prestaciones sociales, vacaciones, auxilios, indemnizaciones y bonificaciones salariales y no salariales. Las condiciones particulares y relativas a la aprobación de cada crédito, así como las condiciones de pago y descuentos, serán definidas por la EMPRESA en el reglamento existente para tal fin.

La EMPRESA otorgará un descuento del 10% sobre el total del valor de las compras que el trabajador haga en las tiendas de la EMPRESA, conforme a la Reglamentación que la misma expida, sin exceder por año calendario del 50% del salario basico anual. Este descuento no será acumulable con otros descuentos.

PARÁGRAFO: Para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar Easy, la EMPRESA, otorgará un descuento al trabajador del diez por ciento (10%) sobre los artículos comprados directamente por el trabajador en los Almacenes de formato Mejoramiento del Hogar, excepto los artículos de Electro hogar, Materiales de Construcción y Revestimientos comprados en los almacenes Easy, los cuales tendrán un descuento del cinco por ciento (5%). El cupo de compras no podrá exceder el 50% del salario básico anual. No será acumulable con otros descuentos.

CLÁUSULA 23. PÓLIZA DE VIDA. La EMPRESA se compromete a contratar con una compañía de seguros, una póliza colectiva de vida que ampare a cada uno de los trabajadores beneficiarios y que contará con los siguientes beneficios:

- Seguro de vida que cubre el riesgo de fallecimiento por cualquier causa.
- Valor asegurado equivalente a quince (15) SMMLV.
- Incapacidad total permanente sufrida por el asegurado y NO causada por él mismo.
- Indemnización adicional por muerte accidental.
- Enfermedades graves y/o terminales.
- Auxilio funerario.
- Auxilio para gastos del hogar hasta por un millón y medio de pesos.
- Asistencia de orientación psicológica telefónica para los beneficiarios.
- Asistencia médica hasta dos veces en el año en eventos culturales y deportivos.

PARÁGRAFO: La EMPRESA reconocerá a los trabajadores que presten sus servicios para el formato de Mejoramiento del Hogar Easy que se encuentren vinculados con contrato de trabajo a término indefinido y que cumplan con las condiciones exigidas por la Aseguradora, el beneficio de un seguro de vida, donde CENCOSUD COLOMBIA S.A. asume el 100% del valor de la prima del seguro. El amparo por muerte del trabajador será hasta de diez (10) salarios básicos, sin sobrepasar los límites asegurables definidos por la aseguradora.

El trabajador deberá informar por escrito, los beneficiarios del seguro o los cambios en estos. En caso de no hacerlo de manera expresa, operarán los órdenes hereditarios establecidos por la ley.

CLÁUSULA 24. BENEFICIO POR ANTIGÜEDAD. LA EMPRESA otorgará un descuento, para compras en los formatos de supermercados en los sectores de bazar, textil de manera directa y PGC con bono redimible de la siguiente manera:

- Al cumplir 5 años de servicio, un descuento del 30%
- Al cumplir 10 años de servicio, un descuento del 40%
- Al cumplir 15, 20, 25, 30 y 35 años de servicio, un descuento del 50%

Este descuento tendrá una vigencia de utilización de veinte (20) días calendario desde el momento en que se cause y podrá ser redimido en una sola compra; este descuento no es acumulable con otros descuentos.

PARÁGRAFO: Lo convenido en la presente cláusula no aplica para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de Mejoramiento del Hogar Easy.

CLÁUSULA 25. CUENTA REMUNERADA Teniendo cuenta que los pagos de la nómina de todos los trabajadores beneficiarios se realizan a través de una cuenta de ahorros de alguna entidad financiera, La EMPRESA asumirá el costo de manejo de la tarjeta débito que expida la respectiva entidad bancaria a nombre del trabajador.

CLÁUSULA 26. BONO DE ÚTILES ESCOLARES. La EMPRESA entregará durante la vigencia de la presente convención colectiva, para los hijos(as) de los trabajadores(as) beneficiarios que se encuentren entre los 3 y los 17 años y estén registrados en la hoja de vida del trabajador, una tarjeta regalo por valor de treinta y nueve mil novecientos sesenta y tres pesos (\$39.963) por cada hijo(a), para la compra única en artículos escolares (papelería y ropa escolar).

PARÁGRAFO. La entrega del bono se realizará por una única vez de acuerdo con el inicio de cada año escolar, esto es en enero o en junio respectivamente.

CLÁUSULA 27. DESCUENTO POR MATERNIDAD. La EMPRESA concederá a las trabajadoras y a la cónyuge, compañera permanente de los trabajadores(as), un descuento del 20% con bono redimible sobre todos los artículos de bebé (higiene infantil, ropa infantil, pañales desechables, alimentación infantil a excepción de leches formuladas, pequeña y gran puericultura) durante los primeros CUATRO (4) meses después del nacimiento y/o adopción del hijo(a) cuando se trate de un bebé entre cero y un año. La redención del bono redimible podrá realizarse durante los veinte (20) días calendario siguientes a la realización de la compra.

PARÁGRAFO: Lo convenido en la presente cláusula no aplica para los trabajadores que presten sus servicios para el formato de mejoramiento del hogar Easy

CLÁUSULA 28. ASPECTOS GENERALES DEL CAPÍTULO. Las partes acuerdan que todos los beneficios contenidos en el capítulo sexto de la presente convención colectiva no constituyen salario, ni serán factor para liquidación de prestaciones sociales, aportes para seguridad social o parafiscal, de conformidad con lo previsto en los artículos 15 y 16 de la Ley 50 de 1990 y 17 de la Ley 344 de 1996. En todo caso, para poder acceder a los beneficios contenidos en este capítulo, se hace necesario acreditarse debidamente, con los documentos que certifiquen las condiciones que lo hacen destinatario del beneficio.

PARÁGRAFO. La persona beneficiaria deberá solicitar los beneficios contenidos en este capítulo ante el Departamento de Gestión Humana, en un plazo que no exceda de sesenta (60) días calendario contados a partir de la ocurrencia del hecho que los cause, acompañando la documentación que sustente la prestación. Sin perjuicio del plazo referido, existirán beneficios para los cuáles los trabajadores deberán sujetarse a un plazo específico para obtener los mismos.

12.2 Cuadro comparativo

A continuación, se plantea un cuadro comparativo de los beneficios entre Sodimac Homecenter y Cencosud.

SODIMAC	CENCOSUD
<ul style="list-style-type: none"> - Nacimiento y/o adopción de hijo (a). - Beneficio por matrimonio. - Beneficio por defunción de familiares. - Auxilio de anteojos o lentes de contacto. - Descuento del 6% en compras para colaboradores Sodimac. - Auxilio de educación. - Auxilio escolar para colaboradores con discapacidad cognitiva. - Auxilio escolar para hijos de los colaboradores. - Refrigerio. - Vive+ Vive mejor. - Aplicación Zwapp. - Día de la familia. - Día libre por cumpleaños. - Convenios educativos. - Medicina prepagada y seguros. - Préstamos y créditos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nacimiento y/o adopción de hijo (a). - Beneficio por matrimonio. - Beneficio por defunción de familiares. - Auxilio de anteojos o lentes de contacto. - Auxilio educativo para trabajadores. - Beneficio por cumpleaños. - Descuento del 10% en compras para colaboradores. - Póliza de vida. - Beneficio por antigüedad. - Beneficio de útiles escolares. - Día de la familia. - Día libre por cumpleaños. - Descuento por maternidad. - Auxilio de alimentación para auxiliares.

Ilustración 9 Cuadro comparativo.

Fuente: Elaboración propia.

13. Incrementos salariales

La noción de aumento salarial connota un significado de incremento en el valor nominal de la remuneración, por tanto, dicha institución procede según la voluntad del empleador de incrementar el valor del salario de uno o más trabajadores de acuerdo a circunstancias especiales de la empresa, del empleador y de los trabajadores.

Con fundamento en lo anterior, el empleador tiene la obligación de aumentar a partir del primero de enero de cada año los salarios de los trabajadores que devenguen el mínimo legal vigente. En conclusión, el aumento de los salarios de los trabajadores que devenguen más del mínimo depende del mutuo acuerdo de éstos y el empleador, porque 'la legislación laboral no establece ni los porcentajes del, aumento ni las condiciones para efectuar dichos aumentos, pero si el trabajador considera que le asiste el derecho, puede acudir ante los Jueces de la República, para que declaren si tiene o no derecho al aumento salarial. (Ministerio de Protección Social, 2008).

¿Debe hacerse? Sí, por disposición constitucional y legal, el ajuste o incremento salarial es de carácter obligatorio. El ajuste salarial se efectúa reconociendo la pérdida de la capacidad adquisitiva del dinero y se actualiza año a año, así el reajuste del valor del salario se realizará de acuerdo al índice de precios al consumidor (IPC) y eventualmente a otros factores. (Función Pública).

Ahora bien, se expondrá la manera en que compañías diferentes a Sodimac – Homecenter aplican su incremento salarial.

Compañías como Rappi, incrementan salarios dentro de la organización de acuerdo a rankings previamente establecidos que les dan a los colaboradores un status dentro de la compañía, de este modo y según la posición alcanzada (teniendo en cuenta alcances de metas e impacto) pueden acceder a aumentos que oscilan entre el 10% y el 20% sobre su base. En adición, la decisión es llevada a comité para definir de qué otra manera (pecuniaria o no) puede recompensarse la labor del colaborador. Parte de la recompensa también se ve reflejada en la libre elección de proyectos, pues las personas tienen la potestad de escoger en qué idea quieren trabajar.

Rappi, lleva cabo los incrementos a partir del primero (01) de Enero del año en curso. Sin embargo, el retroactivo se ve reflejado en los meses de febrero y septiembre.

Las bonificaciones por cumplimiento de meta hacen parte del esquema de compensación de esta compañía.

Con Cencosud, la política salarial se pacta en acuerdo con los colaboradores. Para el 2021 se adoptó un incremento equivalente al IPC nacional para el año inmediatamente anterior, o el porcentaje asignado desde el Gobierno Nacional para el aumento del salario mínimo mensual legal vigente. La organización toma la decisión según el incremento que resulte más favorable para el colaborador.

Para este año, decidieron realizar el incremento salarial a partir del primero (01) de Enero equivalente al IPC. Las partes se reunirán a partir del día quince (15) del mes en curso para convenir un incremento adicional el cual comienza a hacerse efectivo a partir del mes de febrero.

Su metodología, se relaciona con el plan carrera de los colaboradores y la “premiación” por la realización de su deber.

Otra compañía analizada fue Argos, ellos asumen el incremento salarial de acuerdo a los lineamientos del Gobierno a partir del primero (01) de Enero del año en curso y lo retribuyen al colaborador a partir del mes de febrero. Se deja a consideración aumentos adicionales.

Tras la posibilidad de crecer dentro de la compañía, se aúnan aumentos en la remuneración de cada colaborador.

13.1 Cuántos salarios reciben

Compañía	Cantidad de salarios anuales
Homecenter.	14,5
Cencosud.	13
Rappi.	14
Argos.	13

Ilustración 10 Comparativo salarial de compañías.

Fuente: Elaboración propia

La cantidad expresada en el cuadro anterior está relacionada con el salario que reciben los colaboradores más las primas extralegales que reciben en el año.

En este ítem cabe aclarar que, en estas compañías, se cuenta con salarios básicos y salarios integrales, entendiendo que los últimos no tienen derecho a recibir primas extralegales.

14. Beneficios potenciales en otras compañías

Luego de conversaciones con personas que laboran en diferentes compañías colombianas, se encontró que en su calidad de colaboradores y en compensación a su deber, reciben por parte de la organización beneficios que logran impactar en su día a día.

La siguiente gráfica refleja esa información.

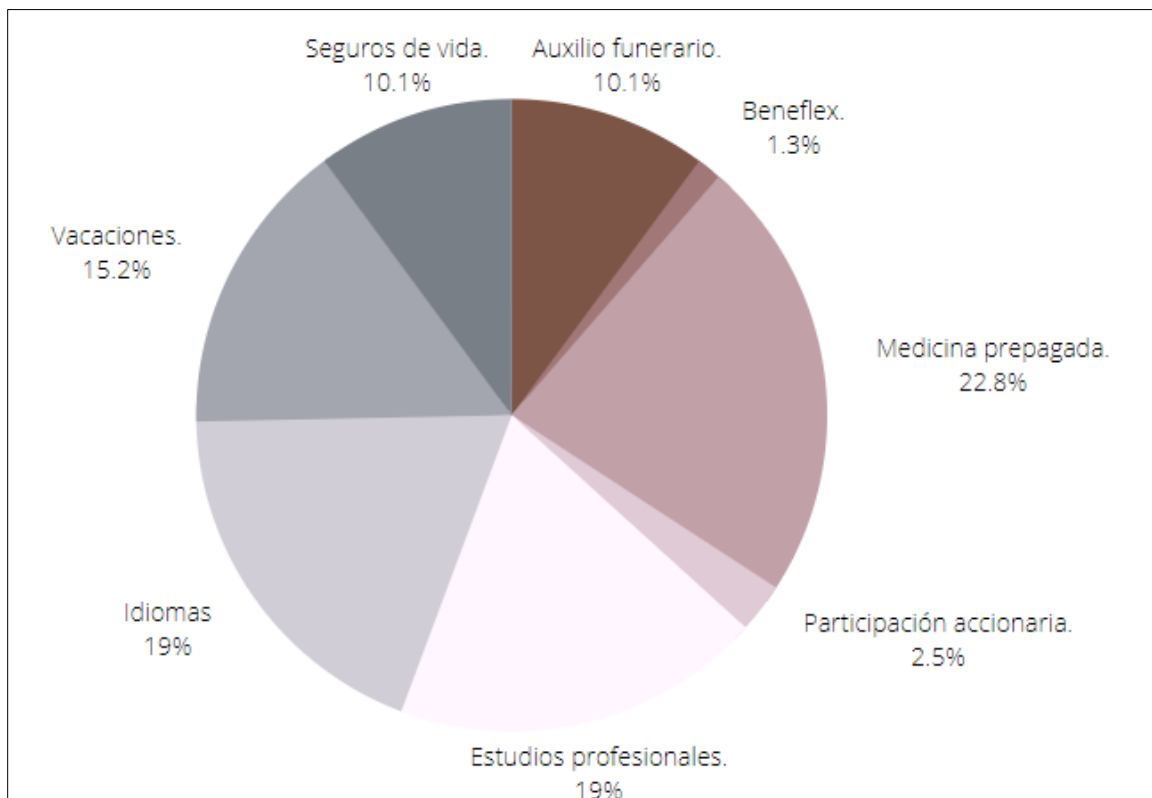


Ilustración 11 Beneficios ofertados en el mercado.

Fuente: Elaboración propia

Puede entonces decirse, que éstos beneficios logran ser significativos para las personas y en muchas ocasiones, definen su deseo de permanecer en determinada empresa, dado que se sienten respaldados al ver oportunidades de constante mejora, de progreso y de crecimiento no solo a nivel personal sino también a nivel laboral.

15. Encuesta

A continuación, se presentará el resultado de las encuestas realizadas para este caso en especial. Las mismas fueron elaboradas con diferentes finalidades.

Primero, conocer de manera cercana las percepciones de las personas acerca del esquema de compensación y beneficios que les es ofertado por la compañía para la que laboran.

Segundo, identificar posibles falencias y/o vacíos que dentro de las organizaciones se están presentando a la hora de brindar beneficios (pecuniarios o no) debido a que, muchas veces no se satisfacen o se cumplen las expectativas de los colaboradores.

Tercero, conocer qué tipo de esquemas se están ofreciendo en las compañías del país, en muchas ocasiones este factor suele ser decisivo y determinante para los colaboradores, porque simboliza para ellos bienestar laboral.

Cuarto, proponer beneficios puntuales para Sodimac – Homecenter de acuerdo a las respuestas recibidas en las encuestas previamente realizadas.

14.1 Resultados

A la encuesta, respondieron un total de 20 personas. La mayoría de las respuestas fueron obtenidas de mujeres.

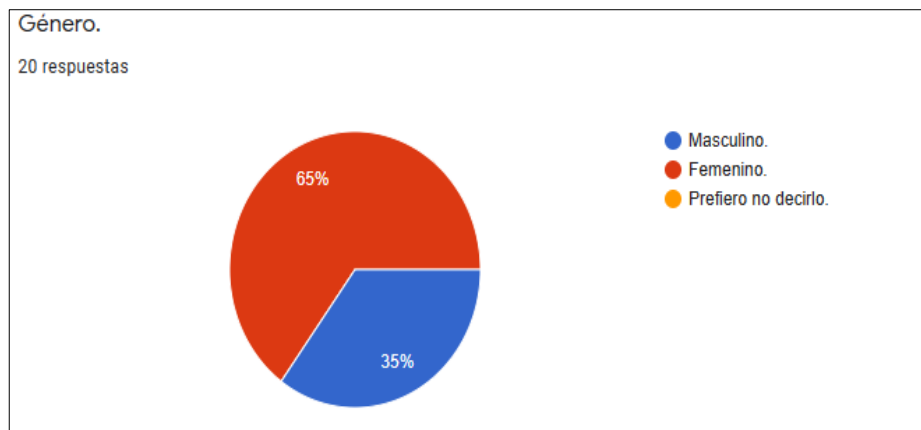


Ilustración 12 Encuesta SODIMAC género.

Tomado de: Encuesta elaborada SODIMAC.

Con la segunda respuesta, se obtuvo que la mayor parte de los encuestados, se encuentran en un rango de edad entre los 26 y los 30 años. Logran ocupar un 70% entre hombres y mujeres seguidos de un 25% con personas entre los 20 y los 25 años.

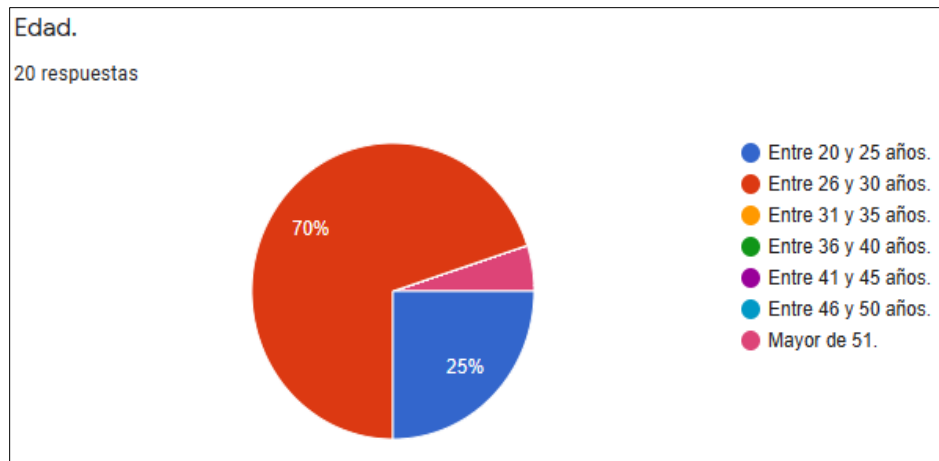


Ilustración 13 Encuesta SODIMAC edad.

Tomado de: Encuesta elaborada SODIMAC.

Con la tercera pregunta, se identificaron los sectores a los que los encuestados pertenecen. Se obtiene un 80% para el sector privado y un 15% para el sector público. Cabe aclarar que la una pequeña minoría labora en entidades sin ánimo de lucro.

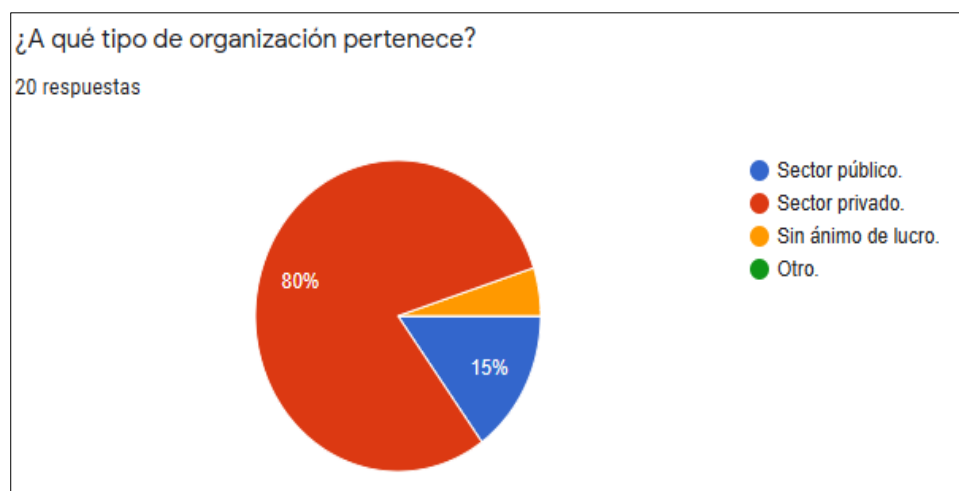


Ilustración 14 Encuesta SODIMAC a qué organización pertenece.

Tomado de: Encuesta elaborada SODIMAC.

Sin embargo, a partir de la cuarta pregunta se comienzan a definir características significativas como lo son las condiciones salariales.

La mayor parte de los encuestados, afirman obtener remuneraciones por su labor entre los 1 y los 3 SMMLV. Sólo un 10% accede a salarios superiores a los 4 SMMLV.



Ilustración 15 Encuesta SODIMAC remuneración.

Tomado de: Encuesta elaborada SODIMAC.

La quinta y sexta pregunta enfatizan en si se sienten a gusto en la compañía que laboran. Un 80% de los encuestados manifiestan hacerlo, por el tipo de labores que desempeñan, el clima y la cultura laboral que gozan, por el plan carrera que les es ofertado y por el bienestar que dicen sentir. Pero sobre el 20% restante, recaen sentimientos relacionados a la falta de oportunidades, por la carga laboral que les es asignada, por la remuneración recibida y por el tiempo que les demanda cumplir su deber bien sea en horas laborales o no.



Ilustración 16 Encuesta SODIMAC comodidad.

Tomado de: Encuesta elaborada SODIMAC.

La séptima y la octava pregunta son de índole emocional, pues les es cuestionado a los encuestados si estarían o no dispuestos a trabajar por más años en la compañía.

A pesar de contar con un 65% dispuesto a hacerlo por las posibilidades de crecimiento profesional, por la calidad laboral y de condiciones que les son ofertadas, por el reconocimiento que gozan e incluso por el ideal de lograr allí una jubilación.

Sin embargo, con un 35% pensando lo contrario se encuentran razones dirigidas hacia la nueva búsqueda de oportunidades, por la transitoriedad del cargo en que se encuentran y por la poca atracción hacia “lo estático”.



Ilustración 17 Encuesta SODIMAC satisfacción laboral.

Tomado de: Encuesta elaborada SODIMAC.

Ahora bien, ante la pregunta relacionada la competitividad de su salario respondió: Un total del 90% de los encuestados son remunerados a la medida del mercado y por encima de la misma y que sólo un 10% recibe un pago por debajo de la media.

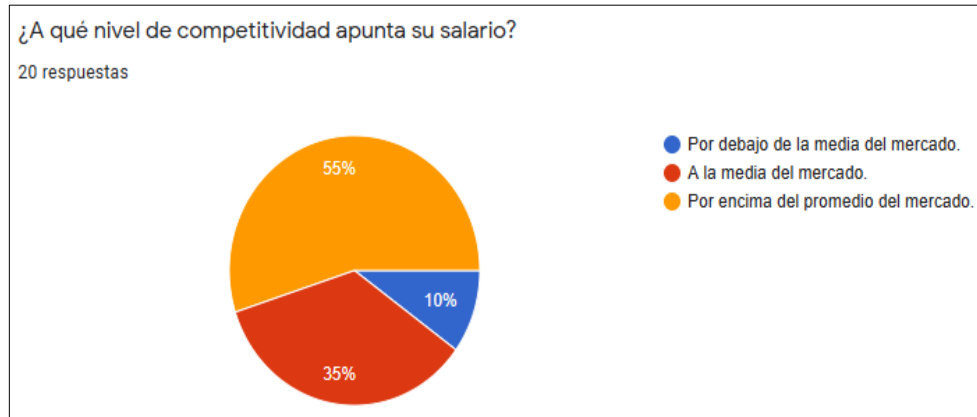


Ilustración 18 Encuesta SODIMAC competitividad.

Tomado de: Encuesta elaborada SODIMAC.

La décima pregunta se relacionaba con la medición de los beneficios recibidos en la compañía, un 45% de los encuestados afirma recibir beneficios calificados por encima de la media de lo ofertado en el mercado. El 55% restante los califica sobre la media e incluso por debajo del mercado.

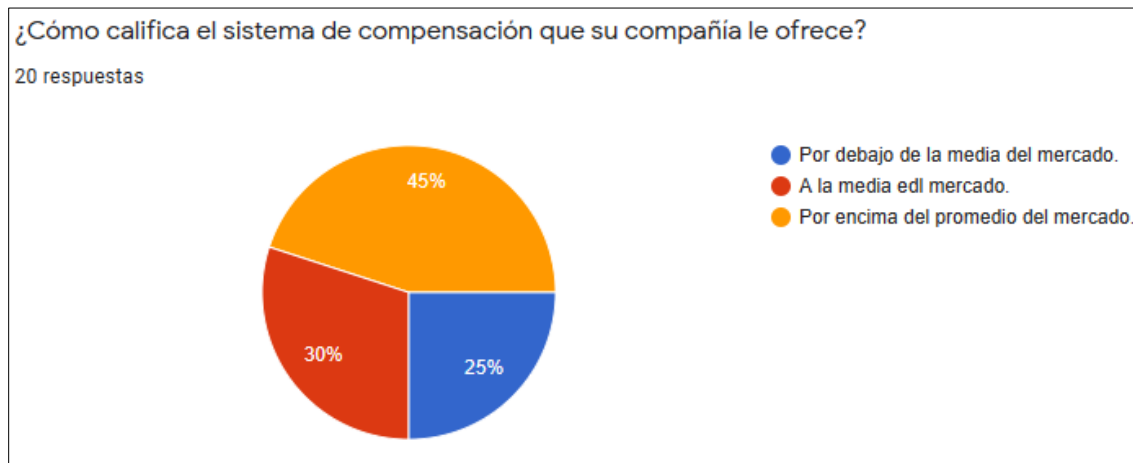


Ilustración 19 Encuesta SODIMAC sistema de compensación.

Tomado de: Encuesta elaborada SODIMAC.

La décimo primera pregunta enfatizó en lo favorito de la compensación recibida. Las respuestas, aunque similares arrojaron resultados direccionados a la jornada laboral, las bonificaciones por cumplimientos y la remuneración básica por encima de lo pactado por ley con el smmlv.

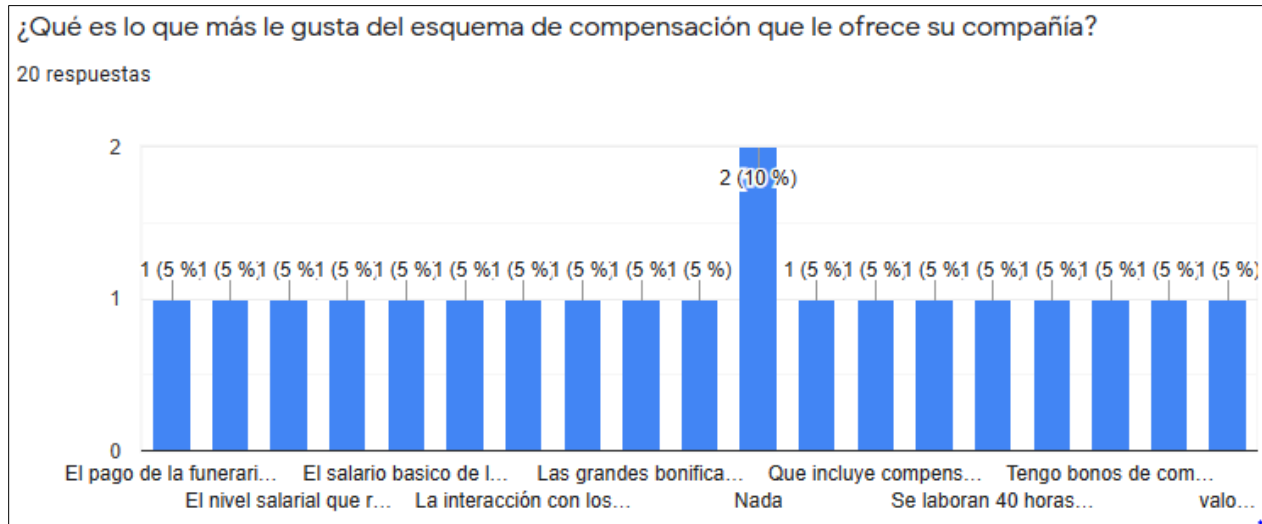


Ilustración 20 Encuesta SODIMAC preferencia de compensación.

Tomado de: Encuesta elaborada SODIMAC.

La décimo segunda pregunta ésta vez cuestionó sobre lo preferido en el esquema de beneficios que la compañía le brindaba a los encuestados. La disponibilidad horaria fue reiterativa entre las respuestas, el pago de auxilios funerarios, de medicina prepagada, el patrocinio de estudios superiores y refuerzos en idiomas , la adquisición de productos de su empresa gracias al descuento de empleados y los beneficios mercables.

Para finalizar, se preguntó cuál era su beneficio favorito. Respondieron: “el auxilio de pago para mi especialización, el aguinaldo navideño, la remuneración de su período de vacaciones, la medicina prepagada y el acceso a préstamos”

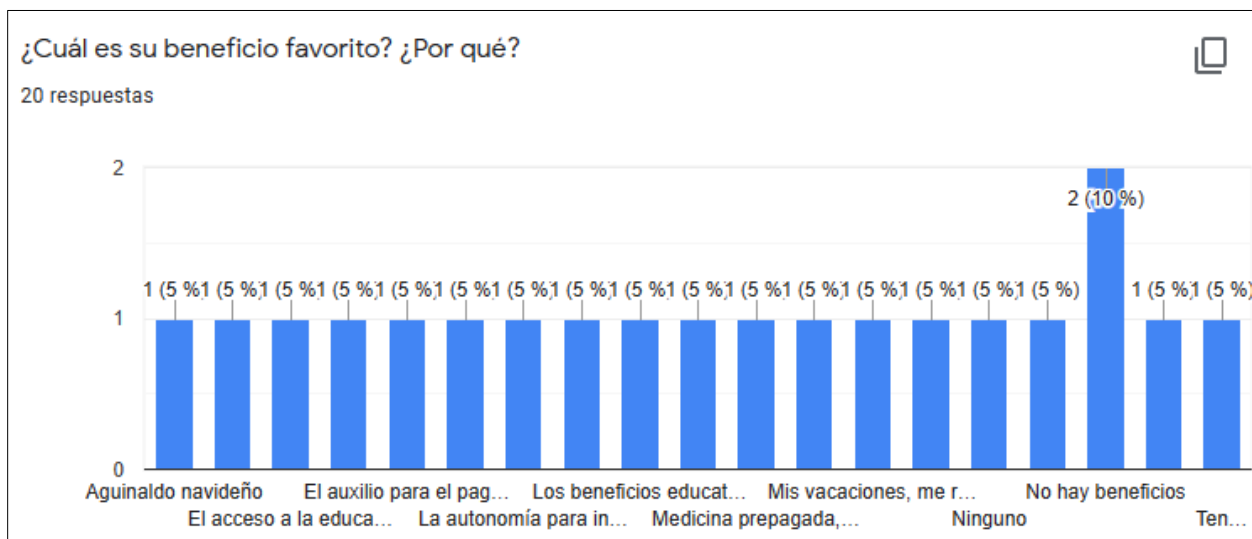


Ilustración 21 Encuesta SODIMAC beneficio favorito.

Tomado de: Encuesta elaborada SODIMAC.

16. Propuesta

Durante seis meses, hice parte del equipo de Compensación y Beneficios del área de Gestión Humana en Sodimac Homecenter. En compromiso con mis superiores y en cumplimiento a las directrices tanto de la compañía como de la Universidad de Antioquia entrego una propuesta para el área con dos beneficios que podrían incluirse en la compañía, a continuación, se explican a detalle.

16.1 Beneficio SodiPet

Sodimac es una compañía que se destaca por estar a la vanguardia del mercado, la variedad de beneficios ofertados en su esquema demuestra que están al nivel y en casos específicos por encima de lo ofertado en otras organizaciones colombianas.

Las mascotas son un miembro más de la familia. Partiendo de esta emocional premisa, podemos comprobar que se suceden propuestas en muchos de los ámbitos de este segmento de mercado, como alimentación y bebidas, moda, complementos, artículos de higiene, gadgets e incluso espacios sociales (Torreblanca F, 2021).

Dicho lo anterior, nace la idea de SodiPet un nuevo beneficio dirigido a todos los colaboradores Sodimac interesados en adquirir un plan de protección para su mascota (perro o gato). A través de seguros Sura y de la mano de Fonsodi los colaboradores tendrán la posibilidad de afiliarse a sus mascotas y protegerlos ante cualquier emergencia o situación que pueda ocurrirles. Tendrán acceso a un respaldo económico para consultas médicas veterinarias, servicio de hospitalización médica según sea necesario e incluso ayudas diagnósticas, orientación telefónica, medicamentos, vacunas y servicio de peluquería. Existen dos tipos de planes con su respectiva tarifa que podrán ser escogidos según las necesidades y los gustos del responsable de la mascota.






Perros	
<p>Plan 1: Con cobertura hasta de un millón de pesos \$1.000.000 COP.</p> <p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad civil: \$37.000.000 COP. - Prima anual: \$403.206 - Prima mensual: \$36.934 	<p>Plan 2: Con cobertura hasta de setecientos mil pesos \$700.000 COP.</p> <p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad civil: \$37.000.000 COP. - Prima anual: \$280.966 - Prima mensual: \$25.736 
Gatos	
<p>Plan único Con cobertura hasta de un millón de pesos \$1.000.000 COP.</p> <p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad civil: \$10.000.000 COP. - Prima anual: \$277.894 - Prima mensual: \$25.463 	

Ilustración 22 Cuadro explicativo.

Fuente: Elaboración propia.

Nota:

El seguro tiene una vigencia anual, con renovación automática por un período igual, generando el pago de la nueva prima de acuerdo con los crecimientos pactados en las condiciones generales.

16.2 Beneficio SodiStar

Es de conocimiento general el término “beneficio emocional”, sin embargo, son pocas las compañías que se esfuerzan por practicarlo al interior de sus equipos de trabajo, pues con la automatización y la monotonía del deber esto logra dejarse de lado.

Pues bien, para traerlo nuevamente y darle la relevancia merecida, llega el beneficio SodiStar como estrategia de reconocimiento al interior de los equipos de la compañía. ¿Cómo funcionaría y quienes podrían acceder a él?

En Homecenter existe a posibilidad de encaminarse dentro de un plan carrera y perfilar cada día más la profesión y el deber que cada colaborador ejerce. Bajo este ideal se tiene que: Mes a mes, diferentes colaboradores de toda la compañía son reconocidos por su buen desempeño en su rol, por su responsabilidad, compromiso y total entrega para con la compañía, generalmente logran destacarse por dar “la milla extra” y a razón de lo anterior son promovidos a otros cargos donde tienen la oportunidad de seguir aprendiendo y creciendo. Sin embargo, estos nombramientos no van más allá de la formalidad en una carta que lo comprueba y lo pacta.

Por esto, nace la propuesta de un reconocimiento a una mayor escala de la siguiente manera. A través de una cartelera mensual publicada en los lugares de trabajo (tiendas, cedis, OAT) dentro de los respectivos equipos, se publicará el nombre y el nuevo cargo al que el compañero (a) fue ascendido junto a su fotografía para que esto sea de conocimiento general; del mismo modo en la intranet (Workplace en este caso) de la compañía en el respectivo grupo de trabajo.

En adición, durante el mes de su promoción, se le premiará también con un descuento adicional de empleado para que lo haga efectivo en las tiendas Homecenter, es decir, si generalmente el beneficio de empleados es del 6% para estos casos, podría considerarse un 10% total de descuento sobre el valor de su compra.



17. Conclusión

Luego de identificar los beneficios potenciales que se están ofertando en el mercado, se estableció un comparativo donde se evaluaron los ofrecidos tanto por Sodimac como por Cencosud, de esto se pudo reconocer que el esquema de beneficios ofertado desde Homecenter logra ser robusto y amplio, logra ser significativo para los colaboradores e impacta en los mismos de manera positiva, sin embargo, es pertinente que la compañía profundice en las demás ofertas que al momento están proponiéndose en las organizaciones colombianas, ya que este factor puede influir en la permanencia de las personas en Sodimac.

La propuesta de beneficio pet y de reconocimiento emocional de los colaboradores nace a partir de la identificación de una necesidad y de una tendencia actual, el impacto de las mascotas para las personas y la significancia que un reconocimiento no solo de índole económico tiene.

18. Bibliografía

- Madero, S. M. (2009). “Factores de atracción y retención del mercado laboral, para empleados potenciales”. Economía, Gestión y Desarrollo. 7, 131- 147.
- Cencosud, (2014). Historia de la compañía Recuperado de: [CENCOSUD SA - Inversionistas - Quienes somos - Nuestra Historia](#)
- Frecuencia pública. Incremento salarial. [¿Se debe realizar incremento salarial cada año? - Función Pública \(funcionpublica.gov.co\)](#)
- Seguros Sura. Seguros de vida. Recuperado de: [plan-vida \(segurossura.com.co\)](#)
- Sodimac (2020). Reporte de sostenibilidad. Recuperado de: [REPORTE-DE-SOSTENIBILIDAD-2020-SODIMAC.pdf \(homecenter.com.co\)](#)
- Valora Analitik (2020). Sector retail, el gran ganador en medio de la pandemia: Bancolombia. Recuperado de: [REPORTE-DE-SOSTENIBILIDAD-2020-SODIMAC.pdf \(homecenter.com.co\)](#)
- Vargas B (2019). El mapa del retail. Estos son los líderes en mejoramiento del hogar y la decoración. Recuperado de: [El mapa del Retail: estos son los líderes en mejoramiento del hogar y la decoración \(mallyretail.com\)](#)
- Cencosud (2020). Memoria anual integrada. Recuperado de: [Memoria-Cencosud-2020.pdf \(q4cdn.com\)](#)
- Cencosud (2021). Colaboradores. Recuperado de: https://www.cencosud.com/cencosud/site/edic/base/port/rse_gi_colaboradores.html
- Castaño, Montoya & Restrepo. (2009). Compensación salarial y calidad de vida. Recuperado de: [Vista de Compensación salarial y calidad de vida \(utp.edu.co\)](#)
- Keith & Newstron, (1991) Comportamiento Humano en el Trabajo.

- Igbaria & Shayo. (1997). The impact of race and gender differences on job performance evaluations and career success. *Equal Opportunities International*. 16(8), 12-2
- Zobal. (1998). The 'ideal' team compensation system—an overview, part I. *Team Performance Management*. 4(5), 235-249.
- Sodimac (2015). Calidad de vida. Recuperado de: [Bienestar integral | Nuestra Empresa - Sodimac](#)
- Traslaviña (2019). Colombia: así se construye el negocio de mejoramiento del hogar en el país. Recuperado de: [Colombia: Así se construye el negocio de mejoramiento del hogar en el país - América Retail \(america-retail.com\)](#)
- Michaels, Handfield, Helen & Beth. La guerra por el talento. Principios para atraer, desarrollar y retener empleados altamente exitosos. 2003. p.59
- Jiménez (2007). Manual de Recursos Humanos. p.205
- Código Sustantivo del Trabajo. República de Colombia.
- El empleo (2006). Compensación. Vea más allá de un sueldo mensual. Tendencias laborales. Recuperado de: [Compensación, vea más allá de un sueldo mensual | Noticias eempleo.com](#)

19. Anexos.

19.1 Primer anexo.

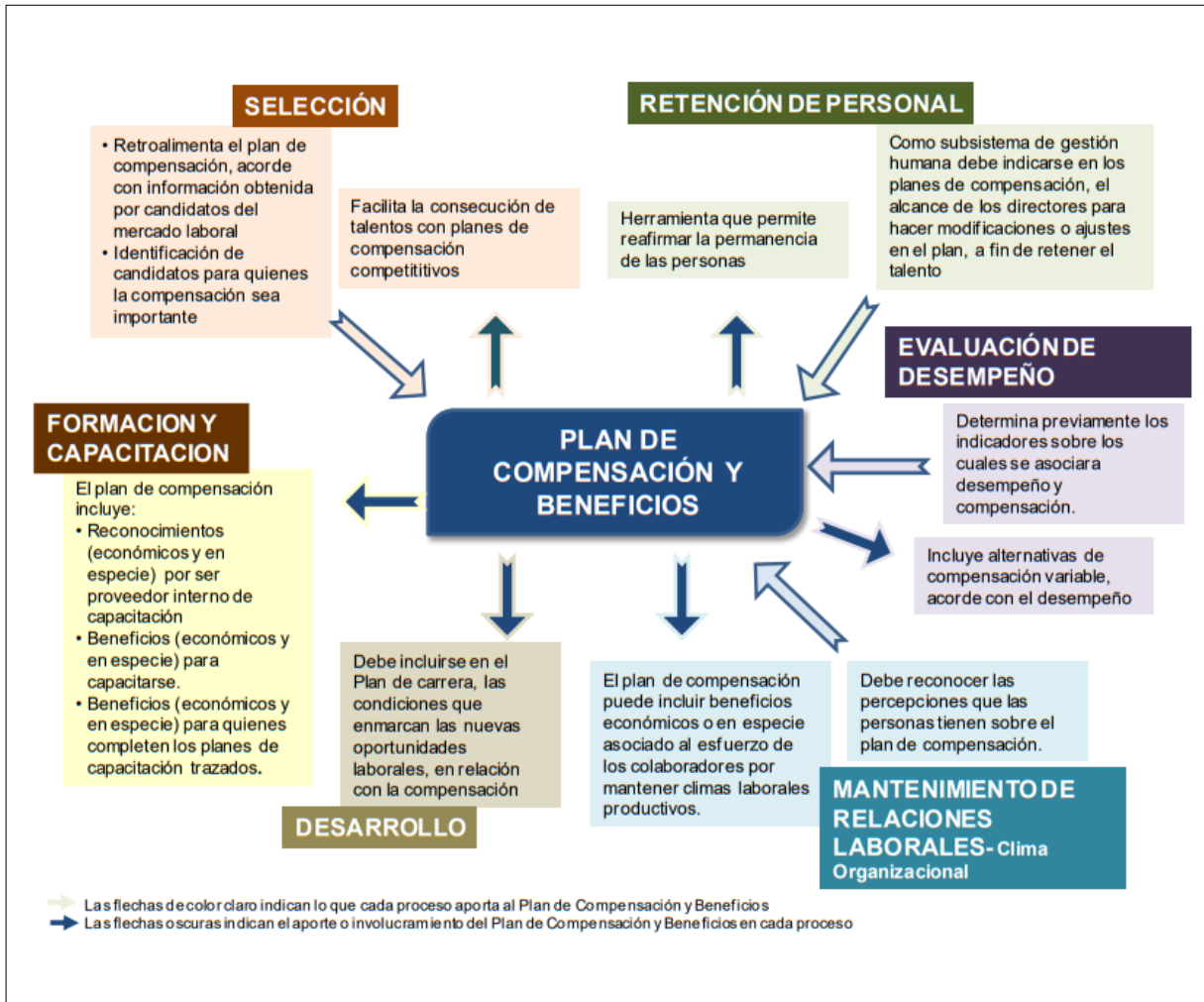


Ilustración 23 Esquema de compensación y beneficios basado en la relación existente entre la compensación y procesos de gestión humana.

19.2 Segundo anexo

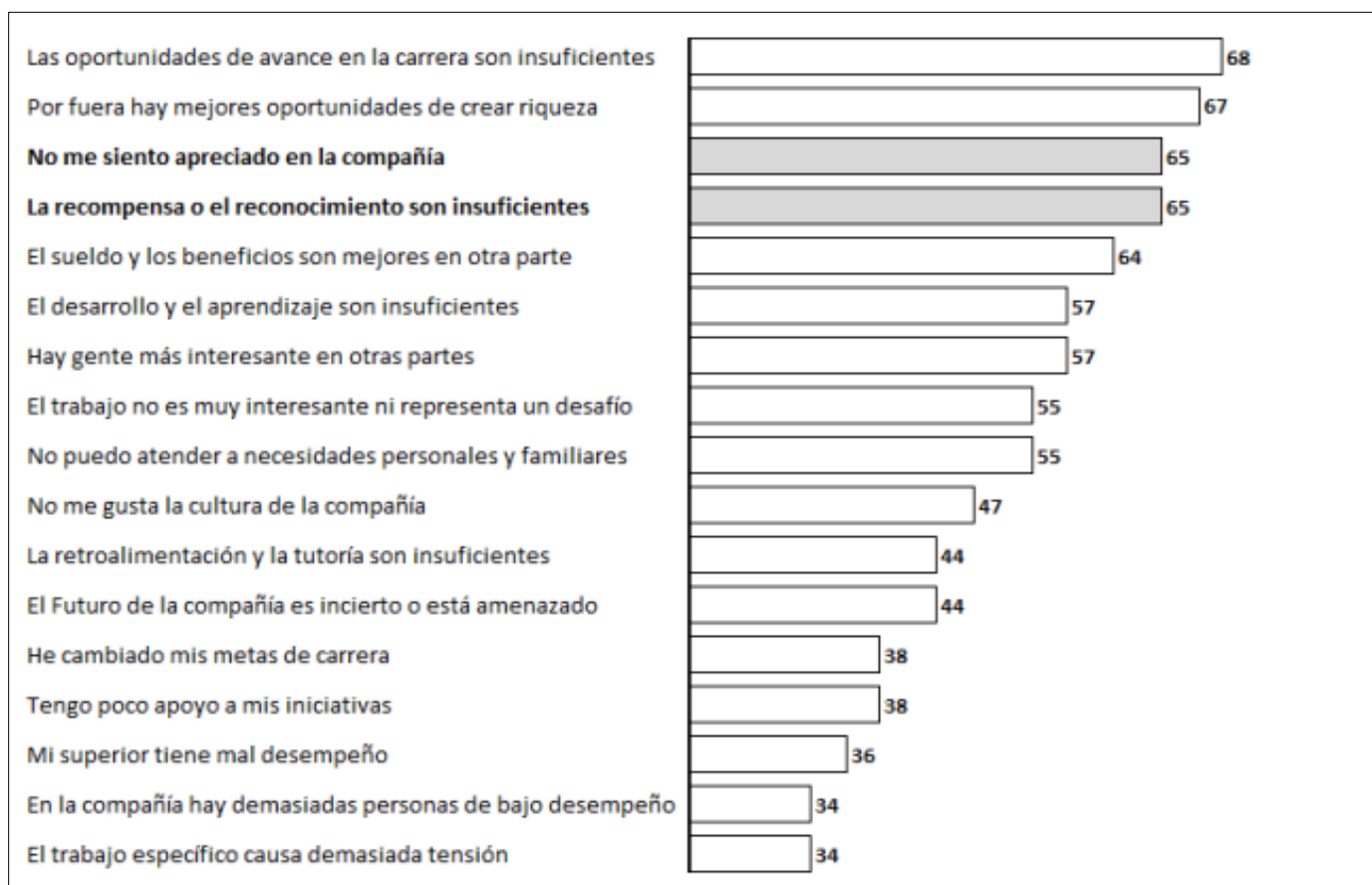


Ilustración 24 Por qué las personas no se sienten valoradas en una organización.

19.3 Tercer anexo.

Anterior filosofía de la remuneración	Nueva filosofía de la remuneración
Pagar por el cargo	Pagar por la persona y el desempeño
El alcance del cargo y la antigüedad determinan la remuneración	La creación de valor determina la remuneración
Pagar lo mismo que ganan otros en la compañía (equidad interna)	Pagar lo que el individuo podría ganar por fuera (equidad del mercado)
Fijar un rango y contratar dentro de él	Romper las reglas de la compensación y contratar al mejor candidato

Ilustración 25 Nueva filosofía de la remuneración.