



HOLA, YO SOY
HENRY
Y ESTOY AQUI
PARA AYUDARLO



SODIMAC
CONSTRUCTOR

P

er

ID

u

ú
erú
Pe

Sodimac Perú

Distinguiéndose nuevamente como uno de los mejores lugares para trabajar del país y la marca líder del mercado, en 2012 se avanzó también en la implementación de un programa de eficiencia operacional.

Una empresa más eficiente

En Perú, se ha logrado consolidar a Sodimac como la marca líder en el mercado del mejoramiento del hogar sobre la base de un servicio de excelencia de cara a los clientes, una fuerte vinculación con las comunidades y una constante preocupación por dar un excelente clima y oportunidades de desarrollo a su equipo humano.

En 2012, Sodimac Perú continuó avanzando por la senda del crecimiento, exhibiendo importantes hitos, como la inauguración en marzo de una nueva tienda (la número 18) en la ciudad de Chimbote y la implementación de un proyecto integral de mejoras en la eficiencia operacional, destinado a cambiar el funcionamiento de todos los procesos de la empresa.

Dicha tarea se enfocó en reducir la tasa de errores en la operación, trabajando muy de cerca con cada una de las áreas integrales del negocio (logística, comercial y operaciones), rediseñando la forma de llevar a cabo las labores para ser más eficaces, reduciendo gastos y mejorando la atención al cliente. Los frutos de este esfuerzo comenzaron a verse casi de inmediato, ya que los gastos por administración y ventas cayeron 0,3 puntos porcentuales durante el año.

Paralelamente, se avanzó en otras dos iniciativas destinadas a incrementar la eficiencia, con la participación de la compañía en dos comités de compras corporativas que reúnen las operaciones domésticas con aquéllas llevadas a cabo por Sodimac en otros países, y con empresas relacionadas en Perú: Falabella, Tottus y Banco Falabella.

El positivo escenario configurado permitió que la compañía tuviese un incremento de 22,1% en sus ventas.

“La implementación de un amplio programa de eficiencia operacional se convirtió en un reto importante, puesto que implicó llevar a cabo un gran cambio cultural en una empresa que ya tenía una cultura bastante arraigada y fuerte. Se trabajó intensamente en generar la convicción de que se trataba del camino correcto, partiendo por los líderes de la organización, lo que llevó a la participación de todos nuestros gerentes, subgerentes y jefes, quienes se convencieron de que teníamos la fórmula para sustentar el futuro crecimiento de Sodimac Perú”.

EMILIO VAN OORDT M., GERENTE GENERAL SODIMAC PERÚ.



Propiciando el desarrollo de los asociados

Sodimac Perú está alineada con la filosofía de ser una empresa que permita el desarrollo laboral de las personas que se desempeñan en ella, brindando las condiciones para generar un buen clima organizacional y un constante aprendizaje.

Una muestra de que se está logrando traducir esta vocación en hechos es el 5° puesto obtenido por Sodimac Perú en la encuesta anual de las mejores empresas para trabajar en el país que efectúa el Great Place to Work Institute (GPTW), siendo la firma de retail mejor posicionada en este ranking. Se trata de un gran logro, puesto que por cuarto año consecutivo la compañía figura entre las cinco mejores empresas para trabajar en Perú.

Para llegar a este tipo de logros, ha sido fundamental el esfuerzo desplegado en capacitación, materia en la cual se lanzó en 2012 la Currícula Sodimac, iniciativa que permite a cada asociado contar con una libreta de cursos y notas que ayudan a que cada uno de ellos tenga claridad acerca de los cursos y talleres que requiere para ser especialistas, ascender y seguir su proyecto de carrera dentro de la compañía. En ese sentido, la empresa puso mucho énfasis en apoyar a los empleados con un plan de becas para institutos superiores y universidades, de modo que quienes lo necesiten y cumplan con los valores y resultados exigidos por la compañía obtengan títulos universitarios y maestrías.



Por cuarto año consecutivo, Sodimac se ubicó entre las cinco mejores empresas para trabajar de Perú en el ranking Great Place to Work.

Preocupación por la comunidad

Sodimac Perú ha logrado posicionarse como una empresa socialmente responsable, preocupada por dejar una huella positiva en las comunidades y familias relacionadas de algún modo con el negocio. Consecuentemente con ello, durante 2012 participó integralmente en tres grandes frentes.

Uno fue la Teletón peruana, en la cual se prestó apoyo con voluntariado que salió a las calles para solicitar donaciones en dinero de la gente, lo que se complementó con latas ubicadas en cada caja de las tiendas que se destinaron a recibir los aportes de clientes. También, se efectuaron donaciones directas de materiales y refacciones a los cinco hospitales relacionados con la Teletón, más el trabajo de voluntarios de las 18 tiendas en Lima y provincias.

Por otro lado, Sodimac Perú estableció una alianza con la organización Un Techo Para Mi País que se tradujo en la entrega de materiales para la construcción de 40 casas de emergencia en zonas pobres de Lima, así como



18

Tiendas, la última de ellas abierta en 2012 en la ciudad de Chimbote.

136.919

m2 de superficie de venta.

4.306

empleados, llamados asociados Sodimac.

US\$ 500.000

se destinaron a capacitación en 2012.

5to LUGAR

en el ranking GPTW como mejor empresa para trabajar en Perú.



Una marca líder

dos lozas deportivas y cuatro centros de capacitación para padres y especialistas de la construcción, electricistas, plomeros y otros profesionales. Además, sobre el 15% de los empleados de Sodimac está inscrito como voluntarios para ayudar a levantar hogares para los más necesitados durante varios fines de semana del año.

El tercer frente fue la iniciativa Haciendo Escuela, implementada en conjunto con Falabella, Banco Falabella y Tottus, cuyo foco es apoyar a colegios que educan a niños en zonas deprimidas del país, los cuales forman parte del programa Fe y Alegría. De este modo, los establecimientos se ven beneficiados con materiales de construcción y visitas mensuales de los asociados, quienes llevan amistad, alegría y capacitación a padres y niños.

El trabajo realizado en Perú en términos comerciales y de relacionamiento con la sociedad está convirtiendo a Sodimac en una de las marcas más reconocidas y valoradas del país. En 2012, se recogieron varios frutos en ese sentido.

La encuesta anual efectuada por el Diario El Comercio identificó a Sodimac como la séptima marca con la que más se identifican los clientes, compitiendo palmo a palmo con otras empresas importantes que cuentan con mucha trayectoria en el mercado peruano.

En tanto, la compañía realizó un estudio de percepción de marca que arrojó grandes resultados en el rubro de Mejoramiento del Hogar, donde el top of mind (TOM) de Sodimac entre las personas naturales ascendió a un 46%, mientras que el competidor más cercano llegó a sólo un 18%. Por su lado, el TOM para especialistas y profesionales situó a Sodimac con un 62% contra un 31%. Ambas cifras dan cuenta de una mejora significativa, en



Sodimac Perú dio pasos significativos durante el ejercicio en orden a alinearse con las tendencias más avanzadas en materia de compromiso con el medioambiente y sostenibilidad. Entre los avances en tal sentido, destacan los resultados preliminares dentro del proceso orientado a obtener la certificación ISO 26.000 y adecuarse a los parámetros del Global Reporting Initiative (GRI), siendo así cada vez más una empresa responsable con sus clientes, empleados y las comunidades donde participa.



Durante 2012 CMR alcanzó en Perú la mayor participación sobre las ventas de la cadena en la región. Este logro es fruto del trabajo realizado tanto por la empresa como en colaboración con Banco Falabella, para el desarrollo de campañas y una constante capacitación de los vendedores.

un año en que la competencia en el retail se incrementó y vio la entrada al mercado de un tercer gran competidor en el rubro mejoramiento del hogar.

La labor efectuada en el área de marketing igualmente recibió varios reconocimientos en 2012, como los Effie de Oro y Plata otorgados a Sodimac en las categorías Comercio e Imagen Corporativa, respectivamente, gracias a su campaña “Transforma Tu Vida”. Debido a esta misma campaña, la Pontificia Universidad Católica del Perú concedió a Sodimac el Premio Oro por considerar que por su intermedio, la empresa fue capaz de comunicar los principales valores asociados al quehacer humano.

Además, la organización española Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) situó a Sodimac en el lugar 53 entre las compañías con la mejor reputación en el Perú, y la posicionó significativamente como la primera dentro del sector retail.

Innovando en la gestión comercial



Comercialmente hablando, en 2012 Sodimac tuvo un período lleno de retos y satisfacciones con gran protagonismo de La Carrera del Grand Prix, como se llamó al conjunto de seis campañas que a lo largo de año contribuyeron al buen posicionamiento de la cadena en términos de ventas y participación de mercado. Gracias a esta innovadora iniciativa, se logró incentivar a todos los empleados de Sodimac para progresar en su desempeño y atender de la mejor manera a los clientes.

Para la empresa, igualmente fue motivo de satisfacción el tener la oportunidad de aumentar la matriz de productos que se ofrece al público a través de las tiendas de Jockey Plaza, Javier Prado y Trujillo, puesto que permite llegar con la oferta de valor de la compañía a clientes que forman parte del sector socioeconómico AB, el cual, hasta hace poco tiempo, no estaba siendo atendido por Sodimac.

Los desafíos de cara a 2013

La empresa espera acelerar significativamente el proceso de apertura de tiendas en 2013 con la inauguración de cinco nuevos locales en el año. Asimismo, un desafío permanente es mantener la promesa de los precios más bajos del mercado.

En 2012, Sodimac Perú realizó cambios en la manera de medir sus indicadores de Servicio al Cliente, obteniendo resultados que le permitieron adecuar de mejor forma su oferta de valor a las necesidades de los consumidores, con un avance de hasta 20% en el estudio Cliente Incógnito. Además, se lanzó una encuesta online en el sitio web de la empresa, donde más del 78% de los clientes que compra en Sodimac se mostró satisfecho con el servicio.



CONSTRUCCIÓN
AGOSTO 2017

SODIMAC



De izquierda a derecha:

Ramón Ponce de León Airaldi
Gerente Comercial

David Toledo Abadi
Gerente de Sistemas

Beatriz Fortunic Montoya
Gerente de RR.HH.

Emilio van Oordt Martínez
Gerente General

Christian Santos Araya
Gerente de Operaciones

Lucy Salazar Jakob
Gerente de Marketing y RSE

Alan del Castillo Vela
Gerente de Abastecimiento

Hilda Ruiz Muñoz
Gerente de Proyectos

Giancarlo Vasallo Solari
Gerente de Administración y Finanzas