Sodimac Colombia

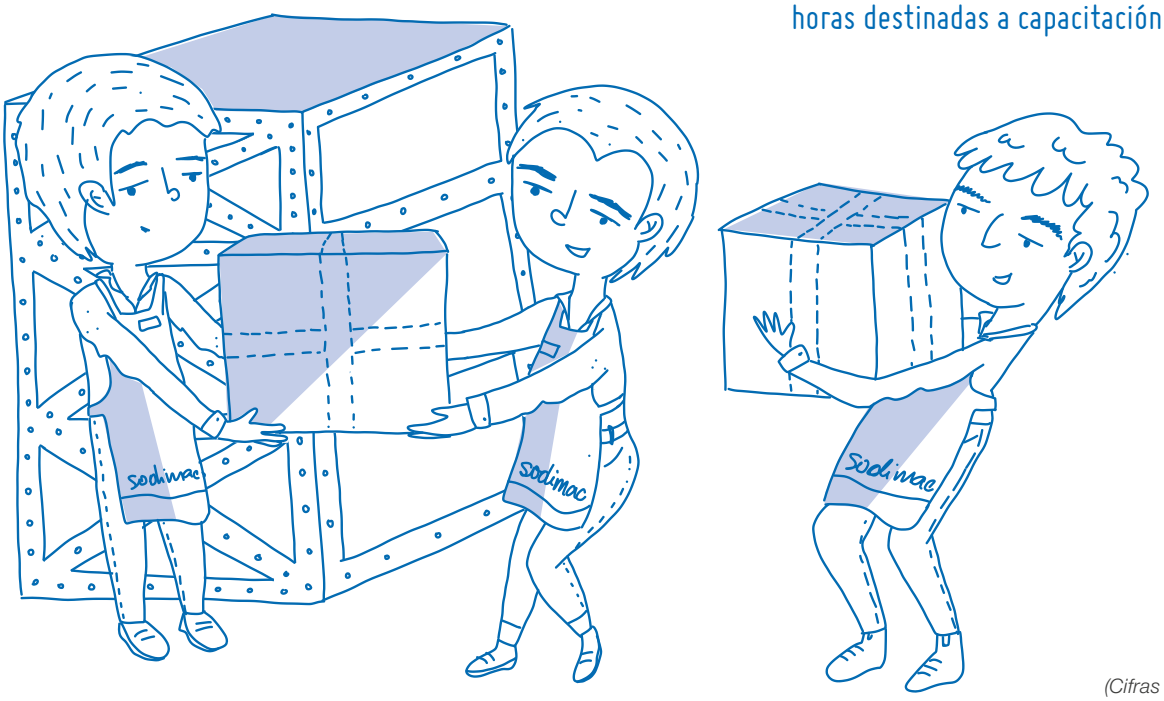
CON FOCO EN LA OMNICANALIDAD

38
Tiendas

368.383
m^2 superficie de ventas

8.448
empleados directos

718.000
horas destinadas a capacitación en 2017



(Cifras al 31 de diciembre de 2017).

"Estamos muy satisfechos con el balance de nuestro trabajo en 2017. Fue un año de muchos retos, de darnos la oportunidad de ser más asertivos al escuchar a nuestros clientes y en esforzarnos colaborativamente para mejorar su experiencia en todos los canales de contacto. Fortalecimos de manera importante nuestros procesos de innovación, teniendo a los clientes y trabajadores como actores principales. También continuamos comprometidos con el medioambiente y la comunidad, como eje fundamental para seguir siendo una compañía sostenible".

Miguel Pardo
Gerente General Sodimac Colombia.

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.

El principal eje de trabajo en 2017 consistió en generar una oferta omnicanal mucho más robusta. Ejemplo de ello es la venta de surtido extendido, a través de pantallas digitales en tiendas, que permite ofrecer toda la gama de productos de Sodimac independientemente del tamaño de la tienda física. De igual manera, se implementó en toda la cadena el Retiro en Tienda, que permite comprar por internet y retirar en los locales de la cadena.

Sumado a lo anterior, se mejoró el App Homecenter, se lanzaron las "cajas autopago" en cinco ciudades colombianas y en cuatro se llegó con la tienda móvil, piloto para acercar la promesa de valor de las marcas Homecenter y Constructor a las urbes que no cuentan con una tienda física.

Otro foco fue el fortalecimiento de la gestión operacional, logística, comercial y tecnológica, con el fin de ofrecer un mayor valor a los clientes en cada uno de los puntos de contacto. En 2017 se ampliaron de forma importante los canales de interacción, innovando e implementando nuevas prácticas que dejaron un saldo muy satisfactorio en todos los ejes de trabajo de la compañía, y sobre todo en el relacionamiento con los clientes.

Avances en Omnicanalidad

El 2017 ratificó la importancia de tener a los clientes como centro de las decisiones, para así ofrecerles y diseñar una propuesta diferencial y de alto valor. Bajo esta premisa, Homecenter y Constructor impulsaron campañas a través del desarrollo de conceptos de comunicación y contenidos aplicados a los diferentes canales de contacto, inspirando a los clientes, asesorándolos y llevándolos a vivir una experiencia con los productos y servicios ofrecidos por la cadena. Piezas de alto impacto en medios digitales, geo-localizadas, pensadas desde las necesidades de búsqueda de los usuarios, fueron el eje fundamental de relacionamiento de las marcas con las distintas audiencias.

Siguiendo este interés por hacer la vida de los usuarios más sencilla, se mejoró la experiencia de clientes en el portal web y en dispositivos móviles, especialmente en términos de usabilidad, con formas más pertinentes de difundir las campañas, lo que hizo posible que durante las mismas las transacciones crecieran un 60% en promedio respecto al año anterior.

Además, dado el propósito de ampliar el conocimiento de los clientes, la empresa fortaleció de manera decidida el equipo de Business Intelligence, para avanzar en un entendimiento más profundo del mercado y su segmentación, mejorando el análisis y automatización de la información.

El esfuerzo por fortalecer el relacionamiento con los consumidores en canales digitales ha permitido que hoy Sodimac tenga en Colombia una idea más clara de quienes son sus seguidores y qué papel debe desempeñar la empresa en las redes sociales. Este entendimiento, y la combinación entre el deber ser de cada red y el contenido que se entrega, llevó a que la revista Dinero reconociera a Sodimac como una de las marcas con "mejor gestión de redes sociales en 2017".

El incremento en las ventas por internet del 40% frente al año anterior, dejó en evidencia que las acciones llevadas a cabo en estos ámbitos se sitúan en el camino correcto de cara a los usuarios.

Más formación

Pensando en el desarrollo de los trabajadores, en el año se afianzó el alcance de las Escuelas de Formación, destacando el programa de vendedores 2.0, cuyo foco es el cliente y la omnicanalidad. Asimismo, entendiendo la necesidad de contar con equipos más orientados hacia lo digital, se capacitó a un grupo de 31 líderes de las diferentes áreas con un diplomado de formación y desarrollo en estrategias para la gestión de e-commerce.

A su vez, con el objeto de mejorar la calidad de vida de los empleados, se lanzó un programa piloto de trabajo flexible, que ofrece diferentes modalidades de jornada laboral para quienes se desempeñan en la Oficina de Apoyo a Tiendas. La intención es dar a los trabajadores opciones para que tengan una mejor calidad de vida, logrando además empleados comprometidos y profundamente vinculados con la empresa.

También se reforzó la cultura organizacional, con el relanzamiento de los valores corporativos, los que se resumen en la palabra "Reir", a través de la cual se busca representar a un equipo comprometido con el Respeto, Excelencia, Integridad y Responsabilidad, ejes fundamentales de la acción de cada uno de los trabajadores en sus acciones diarias.

Comprometidos con la comunidad y el medioambiente

Sodimac Colombia continuó en 2017 cimentando las bases para ser una compañía de alto impacto social, aportando hacia una sociedad más incluyente.

Bajo ese propósito, en el año se vinculó laboralmente a 129 personas con algún nivel de discapacidad física y/o cognitiva, en alianza con las fundaciones Teletón y Best Buddies. Además, desde 2013, se ha contratado a 228 trabajadores en situación de vulnerabilidad económica.

Adicionalmente, la empresa se vinculó por sexto año consecutivo con Teletón Colombia, realizando un aporte que vino de diferentes frentes: compañía, trabajadores, clientes y el Fondo de Empleados de Sodimac.

También existe un Programa de Voluntariado que aportó a la ejecución de actividades que promueven el progreso y el mejoramiento de la calidad de vida de algunas de las comunidades menos favorecidas de Colombia. Esta iniciativa se tradujo en 28 jornadas de voluntariado, 392 voluntarios, 2.855 horas donadas y 4.533 beneficiados. Las jornadas incluyeron: banco de alimentos, siembra de árboles, limpieza de ríos, construcción de soluciones temporales de vivienda, reparaciones de infraestructura en instituciones educativas y pintura de fachadas de casas en barrios vulnerables.

Por otra parte, en alianza con la Agencia Nacional de Reincorporación y Normalización y marcas como Kölor y Recol, se capacitó a un grupo de 20 mujeres en habilidades para la aplicación de pinturas y decorados, con el propósito de prepararlas en posibles oficios que les permitan ingresar al mundo laboral.

Durante el 2017 también se amplió la gestión de responsabilidad social hacia comunidades altamente vulnerables, como Tutúnendo, una población del Departamento del Chocó. Esta acción se enfocó en la transformación de su única escuela de educación primaria por parte de miembros de la comunidad, quienes fueron capacitados en temas de mampostería y pintura, lo que permitió, a un mismo tiempo, mejorar el entorno del pueblo, y brindar opciones de trabajo a algunos de sus habitantes.

En materia de sostenibilidad ambiental, se dio continuidad a programas que aportan a la preservación de los recursos naturales y el cuidado del medioambiente, registrándose avances como la reducción en un 54% del consumo de bolsas plásticas a nivel de todo Colombia; recolección de productos en las tiendas para postconsumo (17,5 toneladas de residuos de iluminación, 10 toneladas de pilas, 78.000 neumáticos usados y 37.000 baterías de plomo ácido), los cuales fueron sometidos a procesos de aprovechamiento y reutilización como materias primas; ahorro de 3,5 millones de Kw, gracias a la implementación de la tercera etapa del proyecto de eficiencia energética; menor consumo de 3.000 m3 de agua; y sobre 3.500 toneladas recicladas en cartón, plástico y papel, entre otras iniciativas.

Gracias a lo anterior, 2017 cerró con siete tiendas certificadas con la norma ISO 14.001, y Sodimac Colombia se hizo merecedora del Premio Adesco a la Responsabilidad Social y Empresarial, en la categoría “Mejor entorno laboral”, compitiendo con 189 empresas.

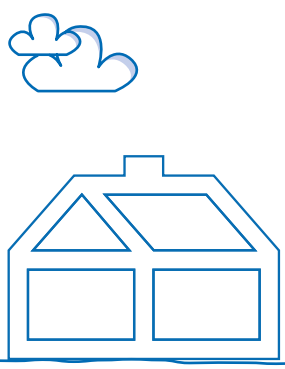
El compromiso con los clientes especialistas, en tanto, se tradujo en el impulso de la cuarta versión de la Gran Feria de la Capacitación, que en 2017 se efectuó de forma simultánea en cuatro países, con resultados muy importantes en Colombia: 19.000 especialistas tuvieron acceso a más de 82 cursos de capacitación y al mayor conocimiento de productos y proyectos innovadores del sector de la construcción. Este evento fue reconocido en el Festival Iberoamericano de promociones y eventos FIP, en la categoría Bronce, como mejor iniciativa social.

Igualmente, Constructor dio continuidad a la entrega de becas para miembros del CES, mediante el programa “Diplomado Gestión de la Innovación Empresarial”, que benefició a 350 especialistas.

Visión para el 2018

Sodimac Colombia continuará centrando todo su esfuerzo en la implementación y el desarrollo de nuevas herramientas, productos y servicios que faciliten el proceso de venta y entrega de su oferta de valor destinada a ayudar en el mejoramiento de los hogares y al desarrollo de los clientes especialistas. La transformación digital, que parte desde y hacia el cliente, será una prioridad.

Otra prioridad será la apertura de dos nuevas tiendas, así como la profundización en los desarrollos dirigidos a la transformación digital del negocio.



La innovación es un pilar fundamental de la estrategia de Sodimac Colombia, lo que la llevó a participar en un ecosistema de innovación abierta y de emprendimiento: la Aceleradora Corporativa. Esta iniciativa apoya e impulsa el emprendimiento en Colombia a través de la mentoría y el apoyo de start-ups, identificando en un primer ciclo a proyectos enfocados en mejorar la experiencia de compra de los clientes, tanto en tiendas como en línea, incluyendo en ello el uso de tecnologías como Big Data, Internet de las Cosas e Inteligencia Artificial.

Comité Ejecutivo Sodimac Colombia

De izquierda a derecha

Ricardo Rafael Briceño Suárez
GERENTE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

Gustavo Diego Hernández Arizabaleta
GERENTE DE DESARROLLO

Miguel Pardo Brigard
GERENTE GENERAL

Erasmo Jesús Moreno Aguilera
GERENTE DE TECNOLOGÍA

Karim Cecilia Grijalba Mármol
GERENTE DE GESTIÓN HUMANA INTEGRAL

Luis Prieto Archidona
GERENTE COMERCIAL

Pedro José Gallón Tamayo
GERENTE DE OPERACIONES