



PUENTE OCTÁVIO FRIAS DE OLIVEIRA, SAO PAULO, BRASIL

SODIMAC BRASIL



59

tiendas (57 Dico y 2 Sodimac),
todas en el estado de Sao Paulo.

142.798 m²

de superficie de venta

3.150

trabajadores

66.212

horas se destinaron a capacitación en 2015.



Eduardo de Vries,
DIRECTOR PRESIDENTE CONSTRUDECOR.

“En 2015 se hizo historia, porque la apertura de nuestras primeras dos tiendas Sodimac permitieron que la marca hiciera su estreno tangible en el mercado brasileño. Brasil, sin duda, es una gran oportunidad y también un gran desafío, que obliga a trabajar duro para replicar el modelo que la empresa consolidó exitosamente en otros países, introduciendo las adaptaciones necesarias para satisfacer plenamente los gustos y necesidades locales. Durante el año avanzamos en ese objetivo, mejorando la gestión comercial, la calidad de servicio, la productividad y las políticas de recursos humanos, entre otros factores”.

Año de grandes hitos

El intenso trabajo desplegado desde 2013 para materializar el proyecto Brasil dio sus primeros frutos en 2015 con la apertura de las primeras tiendas Sodimac en el estado de Sao Paulo. La compañía continuó introduciendo mejoras y generando sinergias con el objetivo de servir cada vez mejor tanto a los clientes de Sodimac como a los de Dicico, contribuyendo a potenciar ambas marcas en el largo plazo.

El 1 de junio de 2015 quedará marcado como uno de los grandes hitos en la historia de la expansión regional, puesto que ese día se realizó la apertura de la primera tienda Sodimac en Brasil. Con un área de ventas de 11.500 m², se encuentra ubicada en el barrio de Tamboré, en la zona de Barueri, dentro de la región metropolitana de São Paulo.

Un segundo paso se dio en diciembre, con la inauguración de una segunda tienda en la ciudad de Ribeirão Preto, en el interior paulista, la cual cuenta con aproximadamente 12.200 m² de área de venta.

Cabe señalar que la materialización del arribo de Sodimac también significó introducir el formato Constructor en el mercado brasileño y el concepto de ofrecer un modelo pensado en las necesidades de los profesionales de la construcción en cuanto a rapidez, precio y stock; lo anterior, complementado con el desarrollo del programa

Círculo de Especialistas, para estrechar la relación con los clientes profesionales de Brasil, sumando en el año los primeros seis mil socios.

Durante 2015, igualmente se produjo el inicio de las operaciones de una nueva tienda de Dicico bajo la modalidad de franquicia en la localidad de Capivari, a 140 kilómetros de Sao Paulo. En el año se intensificó la interacción entre ambas cadenas, de modo de intercambiar las mejores prácticas y aprovechar al máximo las sinergias.

De este modo, Sodimac continuó su expansión en el principal mercado de Latinoamérica, con una población de aproximadamente 200 millones de habitantes, mayoritariamente de clase media y con un fuerte sentido del hogar, quienes serán atendidos mediante el desarrollo tanto de los formatos de mejoramiento del hogar que llevan la marca Sodimac como de Dicico.

Aprovechando toda la experiencia de 97 años y el conocimiento del mercado brasileño de Dicico, Sodimac está logrando reducir su curva de aprendizaje y de adaptación a la cultura brasileña. La suma de ambos equipos aportan experiencia local y global para el crecimiento y expansión de Construdecor en Brasil. La empresa ya inició la construcción de su tercera tienda Sodimac.





Avances en materia comercial

En el ámbito comercial se produjeron importantes avances, destacando las sinergias entre las áreas de venta de Dicico y Sodimac, incluyendo una ronda de negociaciones conjuntas entre ambas cadenas para mejorar sus condiciones comerciales, así como la incorporación de las marcas propias de Sodimac en las tiendas Dicico.

En conjunto con lo anterior, se presentó a los clientes la propuesta comercial de Sodimac, con los atributos diferenciadores de la marca, entre ellos, los formatos Homecenter y Constructor; un surtido que combina la mejor oferta de proveedores locales y extranjeros; precios siempre competitivos; así como un stock que incluye servicios y líneas de productos innovadores (como pinturas Kölor) y amigables con el medioambiente.

Por su parte, Dicico se enfocó en mejorar la variedad de las categorías que están en el core del negocio, como pintura, baño y cocina, y revestimientos, y en ajustar la estructura comercial para reducir ineficiencias de stock, lo que incluyó eliminar algunas líneas de bajo desempeño.

Eficiencia y productividad

A lo largo del año se implementaron los procesos LEAN en Sodimac Brasil, lo que permitió disminuir los plazos de entrega de los productos desde seis a entre dos y tres días, y generar una nueva ruta de abastecimiento con frecuencia de visitas ampliadas tanto para Dicico como Sodimac, y con ello, reducir el costo de flete y hacer más eficiente el proceso de stock de las tiendas.

También se propiciaron una serie de mejorías en los centros de distribución, lo que resultó esencial para preparar la logística requerida para atender las necesidades de las primeras tiendas de Sodimac en Brasil, aparte de aumentar la productividad.

En tanto, y como parte de la estrategia de omnicanalidad impulsada globalmente por la compañía, se implementó el sistema de venta a empresas al interior de las tiendas Sodimac, y se habilitó un Fono Constructor para televentas que permite a los clientes efectuar su adquisición y pagar por vía telefónica, con despacho directo a la obra u hogar, facilitando el proceso de compra.

Imprimiendo el sello Sodimac

Sodimac aplica en Brasil todos los programas de formación y desarrollo de personas que caracterizan a la empresa, de modo de contar con un equipo humano plenamente alineado con la estrategia de negocio y capacitado en temas de gestión, servicio al cliente y conocimiento del producto.

Sobre ese marco, en 2015 se realizaron acciones destinadas a fortalecer los índices de satisfacción de los empleados, muchas de las cuales se gatillaron a partir de la información entregada por la encuesta de clima de la consultora Great Place to Work (GPTW).

Algunas de esas iniciativas consistieron en generar planes de acción que respondan a las necesidades de los trabajadores, capitaneados por el equipo directivo; normalización de los canales de comunicación

interna, y se crearon los llamados “Comités de Sueños” en todas las tiendas y centros de distribución, para efectuar reuniones periódicas donde expresar opiniones sobre aquello que debe ser mejorado en el ambiente de trabajo y proponer soluciones, las cuales son elevadas a los directores ejecutivos de la empresa.

En el ejercicio también se reformuló la misión, visión y valores de Construdecor, de manera que se vinculen a la nueva realidad que conlleva el formar parte de una compañía presente en múltiples mercados de la región, siendo de esta forma los mismos que guían el actuar de Sodimac en todos los países. Asimismo, se actualizó el Código de Ética, que orienta el día a día de los colaboradores y se aplica a proveedores, franquiciados y prestadores de servicios.

Como lógica consecuencia del inicio de las operaciones comerciales de Sodimac en Brasil, en el ejercicio 2015 se llevó a cabo una importante campaña de introducción de la marca, destacando la incorporación al mercado de un concepto de tienda nueva en el país, pero ya inserta con éxito en el resto de América Latina. La campaña tuvo tres ejes: presentar la marca institucionalmente, resaltando sus elementos distintivos; comunicar a los consumidores brasileños los atributos del formato Homecenter, y del mismo modo, dar a conocer las ventajas del formato Constructor.





Sostenibilidad

Aplicar la misma estrategia de sostenibilidad que Sodimac lleva a cabo en otros lugares se convirtió en otra de las tareas realizadas en Brasil. Ello significó, por ejemplo, que en las dos tiendas Sodimac inauguradas en 2015 se dotaron espacios para Puntos Limpios con el apoyo de la consultora TriCiclos, en los cuales se reciben 15 tipos de materiales reciclables, y además existen educadores ambientales para orientar a la población en la correcta disposición de sus residuos.

También se potenció la figura de los “Socios de la Educación”, que va en apoyo de la educación recibida por los estudiantes de una escuela localizada en el barrio de Ipiranga, en São Paulo.



Comité Ejecutivo Sodimac Brasil

IZQUIERDA A DERECHA

Marco Negrete

Director Ejecutivo de Auditoría

Gerson de Paula

Director Ejecutivo de Logística

Celso Souza

Director Ejecutivo de Proyectos
e Infraestructura

Christophe Auger

Director Ejecutivo Comercial Dico

Marcio Kohiro

Director Ejecutivo de Operaciones Sodimac

Eduardo de Vries

Director Presidente

Marcos Onety

Director Ejecutivo de Operaciones Dico

Fabio de Petris

Director Ejecutivo de Finanzas

Alfonso Barberena

Director Ejecutivo Comercial Sodimac

Paulo Souza

Director Ejecutivo de Planificación
y Operaciones Financieras