



Sodimac
Colombia



Sodimac Colombia

Mejorando la experiencia de los clientes

Estamos comprometidos en avanzar entendiendo a nuestros clientes para generarles la mejor experiencia y así, seguir creciendo. Para esto hemos fortalecido y acelerado la implementación de la transformación digital en toda nuestra cadena de valor, en donde la cultura de innovación ágil, el uso de la data para la toma de decisiones y la ampliación de las capacidades tecnológicas para mejorar la experiencia del cliente, entre otros, son frentes fundamentales para lograr nuestras metas.



Miguel Pardo
Gerente General
Sodimac Colombia


386.256
m² superficie construidos

700.000
horas invertidas
en capacitación 

40 
Tiendas
en 25 ciudades


9.039
empleados

(Cifras al 31 de diciembre de 2019)

Los más de 9.000 colaboradores de Sodimac Colombia y sus marcas Homecenter y Constructor, trabajaron todos los días en pro de cumplir el propósito: "Juntos construimos sueños y proyectos de hogar", entendiendo las necesidades de sus clientes y consolidando al mismo tiempo, el proceso de digitalización dentro de la compañía.

Los desafíos Sodimac Colombia en 2019 se centraron en generar la mejor experiencia de cliente, avanzar en la transformación digital y aumentar la eficiencia. Durante el año, fortalecieron sus capacidades para entender las necesidades de los consumidores, a través de un mejor análisis y uso de la información, no solo interna, sino del mercado en general. Asimismo, se robusteció el equipo de inteligencia de negocio y se amplió el uso de la información a todas las áreas de la compañía para apoyar la toma de decisiones informadas y ágiles en beneficio de los clientes.

En cuanto a los canales de atención y venta digital (página web, App Homecenter, call center y pantallas digitales en tienda), éstos han contribuido para ofrecer a los

clientes una nueva forma de inspirarse y de comprar los mejores productos y servicios, logrando un importante crecimiento de la venta virtual comparado a 2018. La evolución del App Homecenter ha sido notoria, con la incorporación de una arquitectura moderna y rápida, nuevas funcionalidades en búsqueda, inspiración, listas de compra, compra rápida, el lanzamiento de la pasarela de pago a través de tarjetas débito y crédito y los push ads, entre otros, lo cual permitió que las ventas del App crecieran exponencialmente versus lo obtenido en 2018.

La integración de los canales físicos y virtuales continúa su desarrollo, y es así como ya se cuenta con 302 pantallas digitales en las tiendas, a través de las cuales los clientes pueden acceder a un surtido de más de 100.000 productos. Además, se continuó fortaleciendo la oferta de productos con los programas de surtido extendido y desarrollo de proveedores.

Buscando una mayor satisfacción en los servicios de entrega, se lograron avances como potenciar los puntos de retiro en tienda, entrega express (3 horas) y pago contra entrega. Es destacable la integración tecnológica y de procesos con tiendas Falabella, que permite a los clientes usar las tiendas Sodimac y Falabella para recoger



compras realizadas en Homecenter en tiendas Falabella, y viceversa. Para otorgar una mejor experiencia al cliente, la cadena de abastecimiento ha fortalecido sus procesos y operación, con la implementación de su plan maestro, que incluye proyectos como: expansión del CD Funza, nuevo CD de Camión Plano e implementación de nodos en Medellín y Cali, entre otros.

La mejora en la experiencia en las tiendas físicas sigue siendo un foco de trabajo importante. Se habilitaron exitosamente los nuevos centros de proyectos en 10 tiendas; 6 zonas de experiencia de pinturas; el piloto de zona de sueños de pisos y se consolidó el programa de venta de persianas a la medida, con la inclusión de éste para venta por internet y pantallas digitales.

Con base en el conocimiento del cliente profesional, se siguió profundizando en la mejora de su experiencia, enfocados en una visión desde sus necesidades, antes que desde las categorías de productos. Para cada uno de estos clientes definidos se reforzó la propuesta de valor, y se generaron acciones para disminuir los puntos de mayor complejidad, tanto en la experiencia física como

en la digital. Asimismo, el Círculo de Especialistas (CES) ha tenido un gran crecimiento, siendo el programa de fidelización más importante del país para el sector de la construcción; el número de socios actuales asciende a 321.000, con un crecimiento del 8.5% en 2019.

Se continuó potenciando los medios de pago, buscando siempre apalancar los productos con la mejor oferta de financiamiento, lo que contribuyó a que la participación de ventas con la tarjeta CMR aumentara frente al año anterior, la venta de productos de oportunidades únicas creciera un 30% y se lanzara el financiamiento de proyectos en puntos de venta. Finalmente, se siguió avanzando con las marcas exclusivas, logrando un crecimiento de 17%, destacando que 13 familias de dichas marcas ocupan el primer lugar en ventas.

Apuntando a los públicos de interés

Para fortalecer la cultura centrada en el cliente se incentivó la formación de colaboradores, potenciando sus habilidades y conocimientos. Frente a los retos que

representa la transformación digital, se implementaron diferentes espacios de aprendizaje para brindarles herramientas clave para ser líderes en venta digital.

A su vez, en alianza con entidades académicas como la Universidad Antonio Nariño y el Politécnico Gran Colombiano, se capacitaron a 104 colaboradores como técnicos en construcción de obras civiles y a otros 38 como técnicos en operaciones comerciales.

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. Este año se completó el 3er ciclo de aceleración, logrando en tres años potenciar 6 startups, y adicionalmente se incorporaron 20 startups como proveedores del negocio.





Los canales de atención y venta digital, call center y pantallas digitales en tienda han contribuido a lograr un importante crecimiento en la venta virtual, comparado a 2018. La evolución del App Homecenter ha sido notoria, con ventas que crecieron exponencialmente versus lo obtenido en el año anterior.

Este año, Sodimac Colombia continuó con las escuelas de formación internas, en temas como pasión por el cliente, formación de proyectos, liderazgo, ventas, logística, seguridad y salud en el trabajo, que buscan apoyar el cumplimiento de la estrategia de la compañía, mediante el fortalecimiento de sus competencias. Adicionalmente, se adoptaron plataformas de capacitación, como Ubits, para incentivar el autoaprendizaje por medio de cursos virtuales, los que ya han realizado más de 2.500 colaboradores. Las calificaciones de conocimiento técnico promedio para el año 2019 crecieron en 27%, pasando de un promedio de 69 puntos en 2018 a 88 puntos en 2019.

A través de Endomarketing y la plataforma de trabajo colaborativo Workplace, se siguió construyendo una compañía en la que los colaboradores son los primeros fans, influenciadores y promotores de la marca y su Propósito. La principal apuesta sigue siendo fortalecer el ambiente de trabajo digital, lo que ha permitido que a lo largo del año un ambiente de trabajo colaborativo, interactivo y productivo, aumentando las capacidades estratégicas y fortaleciendo los 4 ejes (gestión, social, aprendizaje, productividad), bajo los cuales se lidera Workplace. Se logró llegar a más colaboradores, con un alcance de 7.790.

La empresa tuvo importantes avances en materia de seguridad laboral, con una reducción de 18% en la tasa de accidentalidad durante 2019 vs. 2018 y una reducción de 2.5% en la tasa de severidad de accidentalidad en el mismo periodo.

En cuanto al cliente final, durante 2019 se continuó con el compromiso de formar mejores manos para el país. De

esta forma, Sodimac y su marca Constructor, en alianza con la Universidad EAN, dio continuidad a la entrega de becas para miembros del Círculo de Especialistas (CES) mediante el programa “Gestión financiera en empresas del sector de la construcción”, graduando a 333 profesionales a nivel nacional. El programa de formación ya ha certificado a más de 1.600 profesionales del sector en sus 10 años de operación.

Por primera vez se llevó la “Gran Feria de la Capacitación” a dos ciudades del país. Este evento superó los 10.700 visitantes entre Bogotá y Medellín, evidenciando un crecimiento superior al 85% en comparación con el año anterior.

Por otra parte, conscientes de la importancia de fortalecer la relación con sus proveedores para crear una economía y un mundo más sostenible, se realizó el segundo curso para Pymes, junto con el consejo empresarial colombiano para el desarrollo sostenible (CECODES), y por sexto año consecutivo los proveedores de Sodimac Colombia participaron en el curso de primeros pasos en responsabilidad social de la Universidad Externado de Colombia, donde 12 de ellos lograron una capacitación otorgada por el GRI (General Reporting Initiative), en la cual fortalecieron competencias para la elaboración de reportes de sostenibilidad.

Finalmente, se realizó el lanzamiento del premio a la Sostenibilidad Proveedores Sodimac Colombia, con la participación de 18 proveedores; esta iniciativa permitió identificar buenas prácticas sostenibles a nivel económico, social y ambiental de quienes pertenecen a la cadena de suministro.

Mejoramiento del Hábitat

El 2019 fue un año muy importante en materia de sostenibilidad y medioambiente para el equipo de Sodimac Colombia, ya que se presentó el nuevo foco de la estrategia de sostenibilidad: “Mejoramiento del Hábitat”. Una visión que permite materializar su propósito empresarial de construcción e intervención de espacios, al tiempo que se fomenta el respeto por las diferencias y el cuidado del medioambiente.

En el marco de la estrategia se creó una alianza con la Fundación Catalina Muñoz, organización social líder en la contribución del mejoramiento del hábitat de poblaciones vulnerables del país. Gracias a esta alianza, se realizaron tres intervenciones en espacios públicos de Bogotá, Cali y Pereira, movilizando a 84 personas entre voluntarios y miembros de la comunidad. Además, se llevó a cabo el primer proyecto integral en los barrios San Carlos y San José del municipio de Madrid, donde se intervinieron seis espacios comunitarios: dos polideportivos, dos parques, un salón comunal y una institución educativa. Este nuevo enfoque involucra a los clientes en una apuesta solidaria a través de dos programas, ya que el 100% del dinero recaudado del vuelto de los clientes y de la venta de botellas de agua Natal, es entregado a la fundación para el desarrollo de este programa.

El aporte social incluye un sólido programa de voluntariado que apoya la ejecución de actividades que promueven el progreso y el mejoramiento de la calidad de vida de comunidades. Esta iniciativa ha logrado acumular más de 2.400 horas de voluntariado en 18 actividades sociales, beneficiando a más de 29.400 personas. Dichas jornadas



incluyeron banco de alimentos, siembra de árboles, reparaciones de infraestructura en instituciones educativas y pintura de fachadas de casas en barrios vulnerables.

En 2019 se cumplieron 12 años desde el inicio del programa “Bandera de Inclusión”, que este año hizo a Sodimac Colombia merecedora de la certificación sello de Empresa Incluyente, entregado por la ANDI. A la fecha, se cuenta con 116 personas en condición de discapacidad cognitiva, 7 personas en condición de discapacidad física y 44 personas vinculadas a través del programa de inclusión laboral por vulnerabilidad socioeconómica.

Por otra parte, en materia de sostenibilidad ambiental, Sodimac Colombia sigue dando de qué hablar gracias a sus iniciativas de preservación de los recursos naturales y el cuidado del medioambiente. Este año se recibió la certificación 14001:2015 por tres años, la cual reconoce el trabajo de la compañía por el cuidado y la conservación de los recursos naturales, a través de su sistema de Gestión Ambiental. En total fueron 27 tiendas certificadas, seis más que el año anterior.

También la empresa se convirtió en el primer retail en Colombia en obtener la certificación EDGE (excelencia en diseño para mayores eficiencias, por sus siglas en inglés), gracias a sus procesos de eficiencia energética, ahorro y buen uso de los programas de gestión ambiental.

Visión para el 2020

Sodimac Colombia continuará trabajando en mejorar la experiencia del cliente, partiendo por el entendimiento de sus necesidades, avanzando en la transformación digital, aumentando su eficiencia y profundizando el

desarrollo del ecosistema Falabella, a través de iniciativas que permitan dar un valor agregado al cliente y generar eficiencia para el grupo.

De esta forma, fortalecerá su propuesta de valor para ser la mejor opción para sus clientes al momento de transformar sus hogares y para sus clientes profesionales de la construcción, siempre fieles al Propósito de “Juntos construimos sueños y proyectos de hogar”.

En 2019 se cumplieron 12 años desde el inicio del programa “Bandera de Inclusión”, que este año fue reconocido con la certificación “Sello de Empresa Incluyente”. Sodimac Colombia ya cuenta con 116 personas con discapacidad cognitiva, 7 con discapacidad física y 44 vinculadas a través del programa de inclusión laboral por vulnerabilidad socioeconómica.

Comité Ejecutivo Sodimac Colombia

(al 31 de diciembre de 2019)



01 Juan Antonio Bustos Ortega

Gerente Financiero
y Administrativo

02 Julián Fernando

López Cardemil

Gerente de Cadena
de Abastecimiento

03 Diego Hernández

Arizabaleta

Gerente de Desarrollo

04 Pedro José Gallón Tamayo

Gerente de Operaciones

05 Erasmo Jesús Moreno

Aguilera

Gerente de Tecnología

06 Karym Cecilia Grijalba

Mármol

Gerente de Gestión
Humana Integral

07 Miguel Pardo Brigard

Gerente General

08 Luis Prieto Archidona

Gerente Comercial