



Sodimac
México



En pleno crecimiento

El año 2019 abrimos dos tiendas, con lo que sumamos ya cinco tiendas en el país e iniciamos la construcción de otra más, lo que reafirma nuestro potencial de crecimiento. Durante el período ampliamos la cobertura geográfica y uno de los logros más importantes fue construir, habilitar e iniciar la operación de una tienda en sólo 130 días. Estamos felices de apoyar a más familias mexicanas a materializar sus sueños y proyectos de hogar.



Patricio Silva,
Gerente General
Sodimac México

57.209
m² superficie de ventas

34.691
horas de capacitación
con una inversión de
US\$ 15.184.



5

Tiendas en operación



1.132
colaboradores

(Cifras al 31 de diciembre de 2019)



Con la apertura de dos nuevas tiendas y diversas acciones orientadas a estrechar el vínculo con los clientes, Sodimac México continuó durante su segundo año de operaciones en el país ofreciendo la más amplia y conveniente oferta para renovar el hogar, desarrollando al mismo tiempo un proceso de digitalización y optimizando la calidad de servicio con miras a entregar una experiencia de compra excepcional.

El año 2019 estuvo lleno de retos y logros para Sodimac México. Por una parte, se concentraron en asegurar los procesos y mejorar en eficiencia, enfocados en entregar a los clientes la mejor experiencia en las cinco tiendas que ya están operando, en Cuautitlán Izcalli, Arboledas, Cuernavaca, Veracruz y Naucalpan. Durante el año, lograron ampliar la cobertura geográfica, se abrieron tres click and collect en la zona sur para poder llegar a una parte importante de la población de Ciudad de México, incrementando los locales de entrega para venta a distancia. Cabe destacar que se construyeron tres nuevas tiendas, de las cuales dos fueron abiertas

en noviembre y diciembre de 2019, y antes del cierre del año se inició la instalación de productos para inaugurar la tercera en 2020.

En logística se puso en marcha un centro de distribución de camión plano y un patio de contenedores, además de aumentar la superficie del centro de distribución principal. Asimismo, se completó la puesta en marcha de los softwares necesarios para la operación.

Los resultados del segmento de venta empresa siguieron creciendo, a pesar de la caída en el sector de la construcción en México. En el caso de la venta a distancia, que se inició en julio de 2018, comparando los segundos semestres de ambos años, las cifras muestran un incremento de casi 5 veces. Además, se han generado más de 300 nuevos empleos y el capital humano ha crecido hasta llegar a un total de 1132 colaboradores al cierre del año.

En lo que respecta a gestión comercial, se continuaron implementando nuevos servicios de instalación y arriendo. Además, se avanzó en la optimización de inventarios en tienda, habiendo ya cumplido un año de operación.



Sodimac México ha crecido de manera sostenida. Al cierre de 2019 tenía cinco tiendas en operación, entregando una propuesta de valor que ha sido muy bien recibida por los clientes, tanto por las familias, como por aquellos especialistas de la construcción. Las tiendas abiertas en 2019 tienen cada una una superficie de venta de alrededor de 10 mil m² y se ubican, respectivamente, en la zona de Boca del Río, Estado de Veracruz y en Naucalpan, el tercer municipio más poblado de México.

Las marcas propias continuaron incrementando su participación en la venta a través del trabajo con influencers (Facebook, Youtube).

Sodimac México continuó trabajando en la propuesta de valor con la que debutó en el mercado: “Todo para el hogar en un solo lugar”, propuesta que ha sido muy aceptada por el público, tanto por las familias, como por aquellos especialistas que viven de la construcción. Este concepto es la base de las campañas locales, tanto de lanzamientos como de mantenimiento, en cada una de las distintas plazas.

Para el caso de Sodimac Constructor, el esfuerzo se ha centrado en destacar los nuevos conceptos que se han introducido al mercado, como son el patio constructor y servicios nuevos.

En materia de financiamiento con la tarjeta Falabella Soriana, se han realizado promociones especiales y diferenciadas, con descuentos en la primera compra, en número de meses sin interés y precios especiales al pagar con la tarjeta.

Transformación digital

Durante este año, se introdujeron la mayor cantidad de herramientas que permiten incorporar y asegurar la operación de sistemas. Además, en este período se consolidó el modelo de operación de cajas de autoatención en tiendas, un concepto innovador en el país que posicionó a la empresa como el primer retail en México en incorporarlo, permitiendo al cliente mayor autonomía y velocidad en el pago.

Por otra parte, la empresa logró mayor reconocimiento de marca al llevar tráfico y clientes de un canal a otro, por medio de la ejecución de campañas tanto en tiendas físicas como en canales de venta a distancia, entre las que destacan “Hot sale” y “Buen fin”. Se mantuvo la misma comunicación de marketing tanto en canales on, como en canales off.

En menos de un año, se abrieron diferentes canales de ventas a distancia: web site, mobile site, call center, módulos de click & collect y presencia en marketplace por medio de Linio (tienda oficial de Sodimac en Linio).

Asimismo, las zonas de despacho se extendieron a códigos postales en Ciudad de México, Estado de México, Querétaro, Morelos, Guerrero, Veracruz y se avanzó para incorporar durante 2020 a Jalisco y Nuevo León. También hubo mejoras en la experiencia del usuario en el sitio web, al optimizar su taxonomía y facilitar la navegación quitando clicks para llegar a los productos.

Sostenibilidad y ética

En el marco de la estrategia de sostenibilidad, se avanzó para reducir el impacto de la operación y generar valor en el entorno, con algunas iniciativas como dejar de entregar bolsas de plástico desechables en las tiendas, reciclaje de basura e instalación de luces Led del tipo “Dali”, que son atenuables de acuerdo con el aporte de luz natural que entra a la tienda, lo que genera un menor impacto.

También se cuenta con plantas de tratamiento de aguas residuales en Jacarandas y San Luis Potosí, y sistemas para el manejo y disposición final de materiales peligrosos. Otro aspecto importante es la preocupación por un aprovisionamiento responsable, para ello se utilizan todos

Sodimac se posicionó como el primer retail en México en incorporar el modelo de operación de cajas de autoatención en tiendas, lo que ha sido bien evaluado por los clientes, porque les permite mayor autonomía y velocidad en el pago.



los servicios de información disponibles en el mercado para asegurar la calidad ética de los proveedores.

En materia de ética, se realizan capacitaciones en cada ingreso de personal y se hace una campaña de comunicación por lo menos una vez al año con el fin de fomentar el uso del canal de integridad. Cada nuevo colaborador recibe el código de ética y firma la aceptación al mismo. También se cuenta con un comité de ética conformado por seis miembros de la administración de la compañía, es decir, dirección comercial, dirección de administración y finanzas, dirección de operaciones, subdirección de recursos humanos, gerencia de riesgo y cumplimiento (secretario) y gerencia legal (presidente), que sesionan trimestralmente y de ser necesario, se realizan sesiones extraordinarias.

Calidad de servicio

La promesa de Sodimac México es que todos sus colaboradores brinden la mejor calidad de servicio, en términos de búsqueda proactiva de clientes, empatía y entregando soluciones a través de su conocimiento para

cumplir con las necesidades y proyectos de los clientes. Para ello, se implementó un protocolo de servicio en todos los puntos de contacto de la compañía (vendedores, cajas, mesones, transportistas, instaladores, etc.), el cual es monitoreado a través de indicadores operativos específicos y mystery shopper, con lo que se ha logrado una mejora sostenida en el tiempo, lo que permitió superar la meta de Net Promoter Score (NPS) del año.

Buen clima interno

La empresa busca ser un buen lugar para trabajar. De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta de clima organizacional que se aplica anualmente, se definieron iniciativas enfocadas a mejorar la comunicación, conducción del negocio, cercanía y valoración.

Se estableció la “Tarde libre de cumpleaños”, con el fin de contribuir a equilibrar la vida laboral y personal. Para mejorar la comunicación y la cercanía, se implementó la “Reunión de resultados”, donde se comunican los avances, logros y campañas relevantes con el objetivo de generar sinergia y colaboración.

Durante el año se celebraron fechas importantes con los colaboradores, para reconocer y fomentar la integración, como Rosca de Reyes, día de la Candelaria, Fiestas Patrias, día de Muertos, entre otros. Adicional a esto, se realizó una jornada de integración para personal de la oficina de apoyo y centros de distribución, con el fin de fomentar la colaboración y trabajo en equipo a través de diferentes dinámicas.

Como proyecto regional, se implementó NPS interno, una encuesta que se realiza de manera trimestral que permite escuchar a los colaboradores y detectar cuantos son promotores, pasivos y detractores. Con los resultados se establecen planes de acción para obtener mejoras. En el año se realizaron dos evaluaciones de NPS interno.

Se implementó la plataforma UBITS de capacitación en línea para 683 colaboradores, que va alineada con su desarrollo laboral. Esta plataforma cuenta con 451 cursos disponibles de diferentes temas, donde los colaboradores pueden seguir aprendiendo.

En 2019 se capacitaron 972 colaboradores y se invirtieron 34.961 horas de capacitación. Además, 337 colaboradores fueron capacitados en “vive LEAN”, cumpliendo un total de 674 horas.

En temas de bienestar, se realizaron 10 campañas de salud donde participaron 589 trabajadores y se publicaron 45 infografías, tips de salud y charlas preventivas.

Desafíos para 2020

Durante el 2020 como parte de su estrategia de crecimiento, Sodimac México tiene como objetivo abrir tres tiendas más para extender el negocio y completar la oferta de cara a los clientes.

Se seguirá trabajando en la promesa de que todos los colaboradores brinden la misma calidad de servicio, con el fin de darle a los clientes una experiencia de compra excepcional y se desarrollarán una serie de iniciativas que permitan la estandarización y automatización de procesos, con el objetivo de lograr mejores eficiencias en la cadena de abastecimiento y optimizar los niveles de inventario.