Sodimac Uruguay

AVANCES EN EFICIENCIA Y OMNICANALIDAD.

3
Tiendas (en Sayago, Giannattasio y Maldonado).

24.849
m^2 superficie de ventas.

423
empleos directos.

9.576
horas destinadas a capacitación en 2017.

7mo Lugar
entre las mejores empresas para trabajar en Uruguay, según ranking Great Place to Work (GPTW).

(Cifras al 31 de diciembre de 2017).

"En un contexto económico desafiante, materializamos una estrategia que nos permitió avanzar en eficiencia, desplegar nuevas capacidades digitales y estrechar el vínculo con nuestros clientes a través de una mejor experiencia de compra, consolidándonos también como una de las mejores empresas para trabajar del país".

Gregorio Odriozola
Gerente de Sodimac Uruguay.

Con un sector construcción sumando tres años de menor actividad, el trabajo del período se enfocó en controlar los gastos operacionales, incrementar la satisfacción de los clientes y la transformación digital de la compañía, sin dejar de lado el desarrollo de los equipos que trabajan en la empresa.

Parte del esfuerzo de marketing de 2017 se concentró en ir avanzando en una segmentación de los clientes que permita evolucionar hacia un marketing uno a uno, con una base que pase de identificable a contactable.

A lo largo de 2017 Sodimac Uruguay se puso manos a la obra para sortear el desafiante panorama económico que presentó dicho mercado, concentrando su acción en elevar la eficiencia operacional.

Una tarea complementaria que se desarrolló durante todo el año fue, asimismo, la orientación de toda la organización a obtener los mejores resultados en las mediciones NPS de satisfacción de clientes.

Se continuó reforzando la experiencia de los clientes mediante diversas acciones, entre ellas, la ampliación y remodelación de la tienda ubicada en la ciudad Maldonado durante el periodo invernal, manteniendo dicha tienda siempre abierta al público. Con esta medida, la tienda incorporó una completa oferta de productos y servicios, transformándose en una tienda de estándar "Sodimac Homecenter" y "Sodimac Constructor".

Con igual objetivo de mejorar la experiencia de compra y la satisfacción de los clientes, se generaron equipos de trabajo multi-áreas, bajo la orientación de generar un impulso a los procesos punta a punta en toda la experiencia del cliente.

Buscando ser más eficientes

Entre las acciones dirigidas a obtener ganancias de eficiencia y productividad, cabe destacar la restructuración de los equipos de reposición cíclica, se optimizaron los despachos de tienda, se redefinieron los espacios para el retiro en tienda, hubo un refuerzo del proceso de gestión visual de pisos y se modificaron las labores de consolidación y carga de grúas, entre otras iniciativas.

Presencia en e-commerce

Un aspecto muy relevante del ejercicio fueron los avances en la implementación de e-commerce y en la estrategia de omnicanalidad.

En este sentido, destaca la implementación del sitio transaccional de Sodimac Uruguay durante julio de 2017, lo que implicó la apertura de un nuevo canal de ventas que, a su vez, generó nuevas oportunidades de crecimiento del negocio, particularmente, porque permitió a la empresa comenzar a participar en eventos como el "Ciberlunes", en el cual se registró un sobresaliente crecimiento en ventas respecto al desempeño de las tiendas en un día normal.

De esta forma, Sodimac comenzó a ganar posicionamiento en el segmento online, reforzado además por otras acciones específicas para la web, entre ellas, la "Noche Soñada", consistente en brindar un porcentaje de ahorro importante a los clientes durante una noche específica, lo que contribuyó a generar tráfico e incrementar las ventas a distancia.

Cabe señalar que, en general, a lo largo del período se concentraron numerosas iniciativas que introdujeron herramientas tecnológicas que conllevan una mejor experiencia del cliente.

Una marca robusta

En 2017, la marca Sodimac Homecenter siguió creciendo de forma importante en Uruguay. En el estudio "Brand Dynamics", llevado a cabo por Millward Brown, mostró un avance de 12 puntos de recordación dentro del segmento de tiendas de mejoramiento del hogar, empinándose a un primer lugar, significativamente por encima de su principal competidor.

En preferencia, por su parte, la marca escaló al primer lugar en cantidad de menciones, dejando atrás la segunda posición que ocupó en 2016. Cabe destacar que Sodimac alcanzó este logró en apenas su segundo año de plenas operaciones comerciales en el mercado uruguayo.

En el caso de Constructor, la evaluación se hizo como marca independiente, contexto en el cual evidenció una identificación de "marca nueva", lo que exige un renovado esfuerzo de penetración en las preferencias de los clientes de cara a

los próximos ejercicios. No obstante, la categoría renovó su vínculo emocional con los especialistas, escalando 4 puntos en los niveles de preferencia de dicho segmento.

Estos logros fueron el fruto de un trabajo de marketing que tuvo entre sus pilares comunicar marca a través de medios masivos tradicionales (televisión, radio y prensa) e igualmente en medios digitales, empleando redes sociales y pautas en sitios locales.

Compromiso con los equipos

En 2017, alineados con los valores que identifican a Sodimac, hubo una intensa actividad del área de Personas por afianzar el foco puesto en el desarrollo laboral de los equipos de trabajo. Esto derivó en una importante inversión formativa, a fin de mantener capacitados a los trabajadores en todas aquellas habilidades que les ayuden a crecer laboralmente y como individuos, y a generar la mejor experiencia de compra entre los clientes.

Asociado a lo anterior, la empresa introdujo nuevos beneficios laborales, destacando entre ellos el horario flexible, la licencia sin goce para estudiar en el exterior y el viernes casual.

En seguridad laboral, la compañía ha reflejado continuas bajas en los índices de siniestralidad, lo que incidió en una

reducción de las primas asociadas a accidentes del trabajo y enfermedades profesionales. Este es un resultado propio del gran compromiso demostrado por el área de Seguridad e Higiene y los equipos de líderes de las tiendas.

Además, con motivo de fechas como el Día de la Madre, Día del Padre o el Día del Niño, los colaboradores recibieron regalos entregados en bolsas fabricadas por mujeres que se encuentran en situación de vulnerabilidad social y forman parte del Centro de Promoción para la Dignidad Humana, asociación civil que atiende a familias en situación de riesgo a través de diversos programas.

El clima laboral fue, ciertamente, otro pilar estratégico al que se dedicaron importantes esfuerzos, mismo que, sumado a los factores antes señalados, permitieron que Sodimac Uruguay subiera dos puntos en el ranking GPTW respecto a 2016, impulsándola al puesto número 7 entre las empresas de más de 150 colaboradores.

Apoyo activo a las comunidades

En 2017 se mantuvo un esfuerzo orientado a crear conciencia en los trabajadores sobre su rol como actores sociales, generando acciones a favor de la comunidad. Esto responde al compromiso de Sodimac Uruguay de desarrollarse como una compañía sostenible.

Las jornadas de voluntariado fueron algunas de las iniciativas más importantes emprendidas en el año en tal sentido, apoyando las diversas fundaciones con las cuales ya se venía trabajando, más nuevas alianzas suscritas durante el período.

La ONG Techo fue el principal aliado, junto a la cual se levantaron viviendas para familias que viven en situación precaria. Por medio de esta relación Sodimac también realiza donaciones en dinero y materiales de construcción, y otorga asesoramiento técnico voluntario.

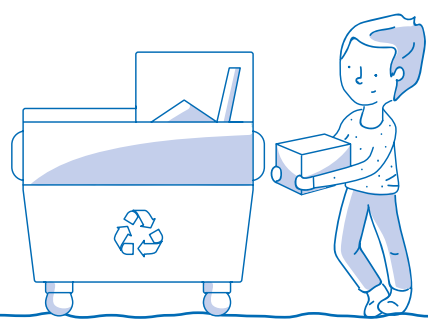
Otra organización que se continuó apoyando fue la Fundación Forge, que facilita una inserción laboral de calidad a jóvenes pertenecientes a familias de escasos recursos a través de un sistema integrado e innovador de formación y empleo. Sodimac becó a 13 de ellos, quienes accedieron a pasantías y tuvieron la oportunidad de comenzar su vida laboral en la empresa (al cierre de 2017, 15 de los trabajadores de las tiendas ingresaron gracias al programa de Forge).

A su vez, entre las entidades con las cuales se comenzó a colaborar en el año, destaca la Asociación Down de Maldonado, con la que voluntarios de la empresa se coordinaron para participar en jornadas de hermoseamiento y acondicionamiento de la institución. Esta organización tiene como fin guiar y dar distintos servicios y actividades a personas con síndrome de Down y sus familias.

Adicionalmente, con motivo de la celebración del Día del Voluntario y para seguir motivando a los trabajadores en este sentido, se lanzó la campaña “Yo Soy Voluntario”, que significó obsequiar a todos quienes donan parte de su tiempo para este tipo de actividades una tarjeta y un pin con frases inspiradores sobre el significado de participar en acciones de voluntariado.

En paralelo, durante todo el año Sodimac siguió colaborando activamente con los afectados por las catástrofes que sufrió Uruguay, como las fuertes inundaciones que se vivieron en la zona de Maldonado. Para ello, se llevaron a cabo campañas solidarias con trabajadores de la empresa participando con colectas y donaciones para los damnificados.

Actuar responsablemente con el medioambiente estuvo igualmente entre las prioridades del año, lo que llevó a realizar por primera vez una capacitación sobre Sostenibilidad a cargo de una de las más destacadas consultoras en materia de desarrollo sostenible. Esto, en el contexto del trabajo que lleva a cabo el Comité de Sostenibilidad.

En este mismo marco, un hito muy importante del ejercicio fue la presentación del primer Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Uruguay, el cual fue realizado en conjunto con su par de Argentina.

El Círculo de Especialistas de Sodimac Uruguay siguió mostrando un gran crecimiento, llegando en 2017 a un total de 3.800 socios registrados, con un incremento de un 52% respecto a 2016. En el año se realizaron más de 60 capacitaciones sobre diversas especialidades dentro del rubro de la construcción, las que fueron dictadas en todas las tiendas de la cadena.