

Sodimac México

CONSTRUYENDO
LA CASA DE MÉXICO



2



Tiendas abrirá Sodimac
en México durante 2018.

240



personas serán contratadas en cada
tienda de Sodimac México.





“A lo largo de 2017, seguimos avanzando en lo que será Sodimac México. Impulsamos los permisos para las primeras tiendas con las que iniciaremos la operación, se avanzó con fuerza en un factor clave como es la cadena de valor, y continuamos conformando nuestros equipos de trabajo, un activo fundamental para cumplir con la promesa de excelencia en la atención a clientes que caracteriza a Sodimac en todos los mercados”.

Patricio Silva
Gerente General Sodimac México.



Tras el anuncio y concreción en 2016 del acuerdo entre SACI Falabella, grupo controlador de Sodimac, y el conglomerado mexicano Organización Soriana, para desarrollar conjuntamente en dicho país el negocio de mejoramiento del hogar y desarrollar los servicios financieros de CMR, en 2017 se empezó a dar forma concreta al proyecto. Ubicaciones, proveedores, personal, políticas de calidad, sostenibilidad: todos los factores están siendo alineados para cumplir con los planes que conlleva este gran desafío.

Llegar a México significa un gran desafío para Sodimac. Se trata de un país donde consumidores están acostumbrados a altos niveles de atención y a tener a su alcance un amplio surtido de productos. Por lo mismo, abordar este entorno consolida la posición de Sodimac como principal operador de tiendas para el mejoramiento del hogar de la región, siendo un actor que puede llevar su oferta de valor a los mercados más exigentes.

Para este objetivo se cuenta con el apoyo de Organización Soriana, dueña de la segunda cadena de supermercados más extensa de México, que aportará su conocimiento del consumidor y mercado mexicanos, además de terrenos para el desarrollo de las tiendas Sodimac, las cuales se podrán instalar junto a los supermercados de la cadena, potenciando el tráfico y propuesta comercial de esas ubicaciones.

En este sentido, en 2017 se inició la tramitación de los permisos para la apertura de las primeras tres tiendas (de las aproximadamente 20 proyectadas para los próximos cinco años), situadas en Ciudad de México y en el Estado de México, las cuales están siendo diseñadas de acuerdo al formato tradicional de Sodimac. Ello implica una novedad en el mercado mexicano, debido a las facilidades de compra que otorga a los profesionales de la construcción.

Cabe acotar que las futuras salas de venta contarán con superficies de entre 10.000 m² a 12.000 m² y, como se señaló, gracias a la asociación con Soriana accederán a excelentes ubicaciones, facilitando un rápido despliegue.

El objetivo de Sodimac apunta a expandir el mercado de mejoramiento del hogar en México, actualmente muy fragmentado y con una baja penetración, con cinco metros cuadrados de tiendas por cada mil personas, lo que se compara con los 65 m² que exhibe, por ejemplo, el mercado chileno. Esto da cuenta del gran potencial de crecimiento que existe para un operador como Sodimac, más aún en asociación con una empresa local como Soriana.

La expectativa es que los consumidores mexicanos aprecien una propuesta de valor diferenciada, y contribuir a brindar una mejor calidad de vida a las personas, y al mismo tiempo facilitar su acceso a nuevos servicios financieros.

Formación del equipo

Tras una primera etapa dedicada a la conformación del equipo gerencial que encabezará la operación de Sodimac en México, en 2017 los esfuerzos se orientaron básicamente al reclutamiento del personal de apoyo que se hará cargo de las diferentes áreas operativas de la cadena en formación, con el cual se dará inicio a la operación.

Para la atracción de talento mexicano se está trabajando con head hunters que se ocuparán de cubrir los puestos especializados, mientras que el área de reclutamiento de Sodimac México está llevando a cabo la selección de quienes se desempeñarán en las posiciones de las oficinas de apoyo.

Las personas que se están integrando a la familia Sodimac cuentan con todo el soporte necesario por parte de la empresa e igualmente de Soriana, para brindar una experiencia de servicio y una atención al cliente acorde con la cultura y los valores que caracterizan a la cadena en todos los mercados donde se encuentra presente.

Asimismo, ya se definió una estructura para las labores de capacitación, que considera una inducción a todos los empleados que se vayan incorporando, de modo de generar entre ellos un sentido de pertenencia y fidelización con la cultura organizacional de Sodimac. Mientras que, en lo referente al clima interno, en septiembre se efectuó la primera medición de clima laboral, ya se definió el manual de ética y comenzó el diseño de la política de bienestar. En este sentido, durante el año se brindó formación al equipo tanto en México como en los países donde Sodimac tiene operaciones, a fin de entrenarlos en las mejores prácticas.

Todas las tiendas que se proyecta abrir en México tendrán un diseño y estándares constructivos que se adecuarán a las políticas de sostenibilidad y protección del medioambiente que Sodimac impulsa transversalmente en sus operaciones. Esto considera un uso eficiente de la luz natural e iluminación LED para generar ahorros de energía, y disminuir el consumo de agua a un mínimo posible, entre otros factores.

Cabe acotar que, al cierre de 2017, Sodimac México ya contaba con 130 empleados y que cada tienda agregará 240 trabajadores.

Creando la cadena de valor

A lo largo del período se efectuaron definiciones comerciales, operacionales y logísticas necesarias para echar a andar las operaciones de Sodimac México una vez que se abra la primera tienda.

Vital en esto fueron los contactos comerciales con aquellos proveedores que surtirán la operación, participando activamente en ferias locales para relacionarse con empresas que puedan formar parte de la cadena de valor, y aprovechando la base comercial de Soriana con igual fin. Asimismo, se siguió efectuando una tarea de levantamiento del mix de productos provenientes de otros orígenes, buscando adaptarlo a las condiciones imperantes en México.

También se consolidaron avances en los eslabones de la cadena de abastecimiento, incluyendo el programa de distribución, transporte, planificación, compras, desarrollo y control de gestión.

Estudiando al consumidor

En 2017 siguió la tarea de realizar diversos estudios de mercado destinados a aportar información que ayude a conocer en profundidad el comportamiento de compra del consumidor mexicano (dónde, cómo compran y qué valoran) en la categoría mejoramiento del hogar, tanto a nivel de los clientes familias como entre los especialistas. Los resultados de estos análisis permitirán adecuar la oferta de valor de Sodimac con sus diferentes atributos, a los requerimientos y necesidades específicas de los clientes locales.

Con el conocimiento adquirido fue posible comenzar a elaborar las primeras actividades de marketing destinadas a dar a conocer la marca en el mercado y las futuras tiendas, contribuyendo a cumplir con los planes de crecimiento en México.

Nueva alternativa de financiamiento

Junto con el conocimiento del consumidor, el componente financiamiento será un factor básico para el éxito de los planes de expansión en este enorme mercado de más de 120 millones de personas.

La intención es convertir a CMR en un medio de pago que permita a los clientes de Sodimac hacer realidad sus proyectos, contando para ello con un completo set de servicios financieros que les abrirá la puerta a la enorme variedad de productos que la cadena pondrá a su disposición.

Metas al 2018

El principal desafío para Sodimac México es concretar exitosamente la apertura de las primeras dos tiendas programadas por la empresa en este mercado, cumpliendo tanto con los plazos como con los presupuestos que se ha definido. Para ello serán clave las sinergias con el área de Proyectos de Soriana.

En materia comercial, los equipos tendrán que esforzarse en posicionar a Sodimac como la opción favorita de los consumidores mexicanos al momento de comprar productos y proyectos de mejoramiento del hogar.

También será importante impregnar la cultura de Sodimac a los trabajadores que se integren a la empresa en México, generando en ellos la pasión por el servicio al cliente que caracteriza a la empresa.