

especialista en distribución de maderas y tableros. También fue un año de importantes avances en materia logística y de fortalecimiento de la marca en el mercado nacional.

Durante 2012 Imperial concretó la apertura de dos nuevas tiendas en regiones: una en Reñaca (Región de Valparaíso), otra en Talca (Región del Maule), lo que constituye un motivo de satisfacción, puesto que significó un avance significativo en términos de cobertura, llegando a nuevos clientes en importantes ciuda-

Reporte Anual

2012



SODIMAC

Carta del Presidente

El año 2012 fue un período de marcado crecimiento e importantes avances para Sodimac. Nuestra verdadera vocación por el cliente y continuo esfuerzo de mejoramiento se tradujeron en un incremento importante en ventas, que alcanzaron los US\$5.343 millones en 2012, 16,5% sobre el lapso anterior, con un crecimiento de doble dígito en los cuatro países donde estamos presentes.

La preocupación por el desarrollo de nuestro principal activo que son las 33.194 personas que trabajan en nuestra organización; el aumento de la eficiencia y la productividad marcaron la gestión del año. Sin perder nunca el foco en el cliente, buscamos mejorar, innovando para dar respuesta a sus expectativas y contribuir a materializar los sueños de una mejor calidad de vida.

Fue un año de fuertes inversiones, las cuales ascendieron a US\$292 millones, para la apertura de 18 tiendas, que nos permitieron incrementar nuestra presencia y llegar a nuevos mercados. Este año extendimos nuestras operaciones al interior de Argentina, abrimos nuestra primera tienda en Córdoba.

El año 2012, seguimos avanzando en nuestra estrategia digital, de modo de aprovechar cabalmente todo el potencial que nos permite esta plataforma tecnológica que implementamos en 2011, tanto en lo que respecta al conocimiento de nuestros clientes y sus expectativas como al desarrollo de nuestro negocio.

Sodimac se ha transformado desde hace unos años en la marca preferida de Chile, Colombia y Perú. Queremos estar en el corazón, no sólo de nuestros clientes, sino también de nuestros trabajadores y proveedores, y en 2012 dimos pasos importantes para seguir creciendo con responsabilidad, manteniendo nuestra cercanía con las personas y comunidades donde operamos en América Latina.

Fue un año de mucha innovación, donde se empezó a extender el nuevo formato Homy con la apertura de dos tiendas en Chile, lo que nos permite ampliar nuestra oferta a nuevos segmentos de clientes que buscan diseño y decoración a valores accesibles.

Asimismo, no puedo dejar de destacar una iniciativa que grafica el espíritu de la relación que buscamos construir con nuestros proveedores: el lanzamiento en Chile, a fines de año, del Centro de Innovación Sodimac, que busca articular las capacidades propias de la empresa con las que posee nuestra red de proveedores, con el objetivo de sistematizar la innovación que desarrollamos en conjunto. Esto nos permite ofrecer mejores productos y servicios.



Homecenter Manizales, en Colombia, se transformó este año en la primera tienda LEED categoría “Oro” en Latinoamérica y en la décima en el mundo en el segmento “New Construction Retail”. Este esfuerzo se suma a una serie de otras iniciativas para avanzar en sostenibilidad y el cuidado del medioambiente, así como fortalecer el aporte y la cercanía con la comunidad. Sodimac Chile se

adjudicó, el premio Sofofa RSE 2012, entregado anualmente a las empresas que demuestran un compromiso integral y permanente con la responsabilidad social, una sólida trayectoria empresarial, cumplimiento de sus responsabilidades legales y buenas relaciones laborales. En Perú y Argentina, en tanto, nuevamente nos ubicamos entre las mejores empresas para trabajar de esos países, ocupando el quinto y séptimo lugar, respectivamente, en el ranking Great Place To Work y el primero en el rubro retail.

Aprovecho esta oportunidad para agradecer el gran aporte de Sandro Solari durante todos estos años, quien dejó la gerencia general corporativa de Sodimac para asumir importantes responsabilidades en el grupo Falabella. Doy también una afectuosa bienvenida a Enrique Gundermann, quien manteniendo el estilo de gestión de trabajo en terreno con foco en el cliente y estrategia de crecimiento responsable que caracteriza a Sodimac, seguirá impulsando el crecimiento internacional de la compañía.

Los logros de este año son el fruto del esfuerzo de un equipo humano comprometido y de excelencia. Quiero agradecer a todas y todos los trabajadores de Sodimac en Chile, Colombia, Perú y Argentina, que se esmeran cada día por cumplir con la promesa que hacemos a nuestros clientes. Los invito a seguir juntos asumiendo los nuevos desafíos que vienen.

“La preocupación por el desarrollo de nuestro principal activo que son las 33.194 personas que trabajan en nuestra organización; el aumento de eficiencia y la productividad marcaron la gestión del año. Sin perder nunca el foco en el cliente, buscamos mejorar, innovando para dar respuesta a sus expectativas y contribuir a materializar los sueños de una mejor calidad de vida”.

Juan Pablo del Río Goudie

PRESIDENTE

Carta del Gerente General Corporativo

En 2012 hemos redoblado nuestros esfuerzos para estar cada vez más cerca de nuestros clientes, buscando descubrir sus sueños de una mejor calidad de vida y traducirlos en propuestas de valor en nuestras tiendas. En un escenario con consumidores cada vez más exigentes y globalizados, nuestro desafío es seguir innovando para entregarles productos y servicios que nos diferencien y contribuyan a consolidar el liderazgo de Sodimac en cada mercado.

De este modo, hemos seguido avanzando en el desarrollo de una cultura de la innovación al interior de cada área de la empresa. Particular foco pusimos en el clima interno, en la capacitación y en el desarrollo de las personas al interior de la organización, formando equipos y preparando a nuestro capital humano para aprovechar cabalmente las oportunidades que generan el crecimiento y la apertura de nuevas tiendas y mercados.

Para dar cumplimiento a la promesa diaria que hacemos a nuestros clientes, continuamos desarrollando con gran éxito iniciativas de mejoramiento continuo en los procesos de los negocios de cada país. En este esfuerzo, han sido claves el compromiso transversal a todo nivel en la organización y la creciente coordinación y capacidad de aprender y extrapolar a otros mercados las mejores prácticas y experiencias. En 2013 pondremos énfasis en seguir aumentando nuestra eficiencia logística, para disminuir costos y contar con las capacidades que requiere nuestro crecimiento futuro.

Durante el año que terminó, impulsamos el crecimiento junto a nuestros proveedores con el mayor plan de inversión y de apertura de tiendas que hemos realizado hasta el momento. Conscientes de que el desarrollo de una empresa va de la mano del de sus proveedores, procuramos seguir fortaleciendo nuestros vínculos de largo plazo, sobre una base de transparencia, respeto, búsqueda del mutuo beneficio y cumplimiento irrestricto de los acuerdos suscritos. En forma complementaria, avanzamos asimismo en la integración y consolidación de nuestra oficina en Asia y en dar más valor a nuestra oferta de marcas propias.





También hemos puesto foco en entregar a nuestros clientes una mejor experiencia en cada etapa de interacción con nuestra marca. En ese sentido, cabe destacar el avance en nuestra plataforma de internet y en nuestra oferta de comercio electrónico.

Todo lo anterior se enmarca en nuestra visión, es decir, si queremos darle sostenibilidad a nuestro negocio, tenemos que ser capaces de perpetuar una cultura de retail a escala humana que asegure el desarrollo de clientes, trabajadores y proveedores. Tenemos claro que no basta con crecer, debemos hacerlo de manera responsable, esa es la única manera de seguir siendo la compañía líder de nuestro rubro y de transformarnos en la más querida, admirada y respetada por la comunidad, clientes, trabajadores y proveedores en América.

Enrique Gundermann W.

GERENTE GENERAL CORPORATIVO.

“Si queremos darle sostenibilidad a nuestro negocio, tenemos que ser capaces de perpetuar una cultura de retail a escala humana que asegure el desarrollo de clientes, trabajadores y proveedores”.