



CORDILLERA DE LOS ANDES



SODIMAC CHILE

Un mercado liderazgo, con continuos avances en eficiencia operacional y en la satisfacción de los clientes.



Sodimac Chile

En busca de la excelencia

Pese al contexto de desaceleración y menor consumo que marcó a la economía chilena en 2014, Sodimac Chile siguió mostrando un positivo desarrollo del negocio y en el resultado final, consolidando su liderazgo en el mercado del mejoramiento del hogar. Además, logró un notable progreso en indicadores asociados a excelencia operacional y satisfacción de clientes, reafirmando a la vez su compromiso con el crecimiento sostenible.



“El año 2014 fue un período de continuos avances, con mejoras en el desempeño comercial y, sobre todo, en aquellas variables y conceptos que han pasado a formar parte integral del ADN de la compañía: el servicio al cliente, la eficiencia operacional, la sostenibilidad, y la seguridad de nuestros trabajadores y clientes. En todos ellos se realizaron esfuerzos que reafirmaron una vez más el liderazgo de Sodimac en el mercado del mejoramiento del hogar”.

Eduardo Mizón F.

GERENTE GENERAL SODIMAC CHILE.



70
tiendas.

18.825
trabajadores.

621.534
m² de superficie de venta.

409.698
horas de capacitación.

En 2014 Sodimac Chile continuó su expansión geográfica, con la apertura de un nuevo Homecenter en Quillota de 9.176 m², que consolidó la presencia de la cadena en la Región de Valparaíso. A ello se añade la nueva tienda Homy Plaza Egaña, que con una superficie de 4.456 m², significó elevar a cuatro los locales de este formato, que se ha convertido en una muy atractiva alternativa para el mercado del diseño y la decoración del hogar. Adicionalmente, se terminó la remodelación de Homecenter Osorno, con una ampliación del patio y sala que incrementó la superficie de ventas en esa ciudad.

Pero, más allá del crecimiento cuantitativo, sobresale el adelanto obtenido por la empresa en el objetivo de servir cada vez mejor a los distintos segmentos de clientes, con foco en la impecabilidad operacional, la eficiencia y la excelencia.

La impecabilidad, de hecho, forma parte integral de la relación de Sodimac con el público, apuntando a que cada mejora se traduzca en excelencia en el servicio. En 2014, dentro del modelo de gestión LEAN de eficiencia productiva y búsqueda continua de mejoras en los procesos, se trabajó en el flujo de productos, consolidando los

modelos de reposición por ciclos en tienda. La división Venta a Empresas, en tanto, puso foco en la calidad de servicio, y en los centros de distribución de mercaderías se apuntó a hacer más eficientes los tiempos involucrados entre la realización de los pedidos hasta la entrega de los mismos en puntos de venta y a clientes. La aplicación de esta metodología LEAN en distintas áreas de la operación está teniendo impactos muy relevantes que se reflejan en los indicadores de Sodimac Chile.

Junto a lo anterior, se dio inicio a un proyecto de back office digital, dirigido a disminuir el flujo de papelería física desde los proveedores a la empresa y desde ésta a los clientes, iniciativa que automatiza la operación, mejora el proceso de pago a los proveedores y contribuye a reducir el almacenamiento de documentos, aportando a la vez al cuidado del medioambiente.



En materia de satisfacción de clientes, la meta fue lograr que los empleados tuvieran una retroalimentación fluida y permanente con los visitantes de las tiendas, compartiendo información con sus pares y jefaturas, definiendo soluciones concretas con una mirada global.

Con miras a brindar un mejor servicio a los clientes, en el área de cajas se está desarrollando el proyecto Self Checkout. Esta tecnología de autoservicio ya está disponible en 17 tiendas y durante 2015 se espera completar 32.

Especialmente positivos fueron los avances en materia de la estrategia omnicanal, mediante la cual se busca ofrecer a los clientes una experiencia consistente con la marca Sodimac en todos sus canales de contacto.

Entre las tareas prioritarias que se están realizando en este ámbito, se incluyen la implementación de Product Information Management (PIM), con la unificación y gestión de toda la información referente a los productos comercializados; el lanzamiento de señal WI-FI gratis para clientes en las tiendas; programas de retiro en tienda y tienda digital en el punto de venta; y los proyectos Despacho a Domicilio Integral (DADI) y Venta Ampliada a Tiendas (VAT).



Innovando en lo comercial

En el ámbito comercial se desarrollaron numerosas iniciativas que redundaron en la aceptación del público y resultados favorables.

Entre los principales logros destaca la incorporación de la tecnología Microblend en 28 tiendas dentro de Chile a lo largo de 2014 y durante el período 2015 se terminará de habilitar en el resto de la cadena. Se trata de una iniciativa innovadora de venta de pintura que revolucionará el mercado, ya que permite ofrecer la mayor variedad de colores y calidades, dando a los clientes la posibilidad de renovar su hogar con nuevos diseños y tonalidades.

Otro hito fue el desarrollo de un centro de proyectos de terminaciones en la tienda de Parque Arauco, con una vasta variedad de productos de pisos y revestimientos, así como artefactos para baños, cocinas y línea blanca, donde los clientes pueden inspirarse para hacer realidad sus proyectos, accediendo a servicios de instalación y financiamiento.

Con Toyotomi, entretanto, se hizo efectiva una extensión hacia productos de línea blanca y electrodomésticos, puntualmente hornos y empotrados, campanas de cocina, microondas y aspiradoras, con una excelente aceptación gracias al prestigio de la marca entre el público, lo que derivó en una diferenciación de la oferta de Sodimac respecto al mercado.

Asimismo, se dio un salto importante en el desarrollo de las categorías de puertas y ventanas en el mercado chileno, con una nueva oferta de valor en estos productos. En 2014 se alcanzó una cobertura de 40 tiendas, donde la venta de ambas categorías creció un 22% respecto a 2013, especialmente en productos de mayor valor agregado, como ventanas de PVC y puertas de acero. Asimismo, en este segmento de productos, el canal de Venta a Empresas consolidó buenas alianzas comerciales con proveedores estratégicos que apoyarán la gestión comercial y abastecimiento para obras nuevas, con lo que se obtuvo un crecimiento de doble dígito en el volumen de negocios de estas categorías respecto de 2013, un avance muy relevante en un año marcado por la desaceleración del sector construcción.



El trabajo de co-creación efectuado a través del Centro de Innovación con Proveedores (CIP) durante el año 2014, llevó a cerrar el año con la suscripción de 36 acuerdos con proveedores para el desarrollo conjunto de más de 50 nuevos productos y servicios, generando las primeras ventas en 17 tiendas durante el período. Para 2015 se proyecta aumentar los productos bajo este concepto y el número de tiendas en los que están disponibles.



Creciendo con responsabilidad

Para Sodimac Chile el crecimiento económico está ligado a crear valor en lo social y medioambiental, con un profundo compromiso con las comunidades. La sostenibilidad es una de las piedras angulares de la estrategia de crecimiento de la empresa, con una política global gestionada y reportada bajo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI), el Pacto Global de las Naciones Unidas y los lineamientos de la ISO 26000 de Responsabilidad Social.

Esta expansión respetuosa con el entorno y las necesidades de la comunidad, llevó en 2014 a la ejecución de múltiples acciones en los ámbitos de medioambiente, relaciones laborales, gobierno corporativo y ética empresarial, compromiso con la comunidad, comercio y marketing responsable, y aprovisionamiento responsable.

De este modo, Sodimac siguió progresando en la evaluación y mitigación de sus impactos ambientales, promoviendo el uso eficiente de los recursos al interior de la organización, así como entre los clientes y la comunidad.

La medición anual de la huella de carbono de Sodimac, arrojó en 2014 un total de 476 mil toneladas de dióxido de carbono equivalente (k tCO²-e), de acuerdo a la metodología del Greenhouse Gas Protocol, lo que representa un indicador de 9,5 kg CO²-e por transacción.

Por otro lado, la Red Nacional de Puntos Limpios en tiendas Sodimac, consistente en 15 centros donde los clientes puedan reciclar sus residuos, permitió recibir 2.013.819 kilos de residuos, superando las 310 mil visitas en el año. Además, en 2014 Sodimac lanzó una aplicación móvil que permite que el usuario conozca en tiempo real cómo se está alimentando el punto limpio elegido y qué se está reciclando; hacer check in en el punto limpio donde se encuentra; ver la ubicación de todos los puntos limpios de esta red nacional y aprender sobre el reciclaje con interesantes datos.

Huella de carbono 2014

476 mil

toneladas de carbono equivalente.

9,5 kg

por transacción.



CHILE PINTA

Asimismo, Sodimac aprovecha una serie de plataformas propias, como su programa de televisión, catálogos, sitio web, campañas publicitarias y la presencia en tiendas, para sensibilizar a la comunidad y ayudar a generar cambios de conducta que contribuyan a que todos juntos “Cuidemos la Casa de Todos”.

En otro ámbito, el Círculo de Especialistas Sodimac (CES) -un proyecto emblemático de la empresa en el plano de los negocios inclusivos-, reúne ya a más de 354 mil maestros especialistas. Dentro de las iniciativas desarrolladas en el marco del CES, durante el año se entregaron 687 becas de perfeccionamiento en universidades y centros de educación superior. Uno de los eventos más destacados fue la realización, en marzo, de la segunda gran Feria de Capacitación. Este encuentro tuvo lugar en la Estación Mapocho de Santiago con una concurrencia que superó los 20.000 maestros asistentes, 210 cursos gratuitos y 120 empresas.

En paralelo, la compañía siguió evaluando el impacto causado por sus tiendas sobre las comunidades donde están insertas, e incentivando la empleabilidad local, lo que llevó a que en 2014 participara

en diversas ferias laborales a lo largo de Chile. También se apoyaron distintas alianzas con instituciones que ofrecen formación técnica gratuita a jóvenes de escasos recursos, de modo de contribuir a su futura inserción laboral.

Respecto del programa de voluntariado denominado “Buen Vecino”, cuya fórmula consiste en apoyar proyectos que van en ayuda a la comunidad por medio de fondos concursables, en 2014 se realizaron 73 proyectos con la participación de 1.932 trabajadores, alcanzando un impacto comunitario de 10.130 personas beneficiadas.

Adicionalmente, casi 200 mil personas participaron del concurso “Chile Pinta Caleta”, iniciativa organizada por Sodimac con la meta de contribuir a embellecer el país y recuperar su entorno y tradición histórica mediante la pintura en fachadas rurales y barrios. Este año se optó por apoyar el valor patrimonial de un conjunto de cinco caletas, como una manera de rescatar la tradición y las costumbres de los más de 6.400 kilómetros de costa chilena. Además, en una iniciativa conjunta con las organizaciones “Junto al Barrio” y “Techo”, en la Región Metropolitana se pintaron el pasaje Manuel de Salas y la Villa Vicente Huidobro. En todas estas actividades participaron activamente voluntarios de Sodimac.

El apoyo de Sodimac igualmente se tradujo en un aporte total a la campaña nacional de Teletón en 2014 de \$ 582 millones, destacando especialmente el esfuerzo de los trabajadores, quienes lograron recaudar más de \$ 180 millones. En tanto, se colaboró con la Fundación Nuestros Hijos mediante aportes de los clientes que hacen donación de su vuelto, lo que permitió juntar sobre \$360 millones, recursos destinados tanto a financiar el tratamiento de menores de escasos recursos como a acoger familias que viajan a Santiago para acompañarlos.

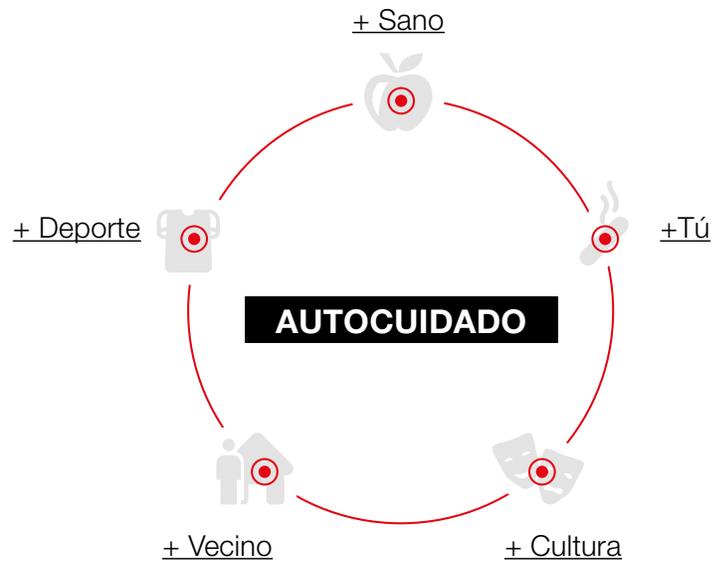
A su vez, el Sistema de Gestión Ética de Sodimac siguió consolidándose. En 2014 se capacitó a 309 personas en temas de probidad, alcanzando un total de 484 horas de formación presencial y vía e-learning. Al mismo tiempo, se ha continuado realizando el Barómetro de Valores y Ética Empresarial, que permite conocer el estado de la cultura ética y cumplimiento al interior de la empresa desde la perspectiva de los trabajadores.

Aprovisionamiento responsable

Sodimac profundizó un modelo operacional diseñado para generar valor de manera sistemática mediante la articulación de las capacidades propias con las aportadas por su red de proveedores. El Centro de Innovación en Retail es parte integral de este esfuerzo, en cuyo marco durante 2014 se llevó a cabo el segundo programa destinado a la formación en innovación de proveedores, entregando las herramientas necesarias para que puedan conocer mejor a sus clientes y crear soluciones innovadoras de manera sostenible. A la fecha se han firmado acuerdos con 36 proveedores para el desarrollo conjunto de más de 50 nuevos productos y servicios, generando las primeras ventas en 17 tiendas durante 2014, proyectando aumentar la presencia en la cadena y los productos en desarrollo en 2015. Además, como parte de la preocupación por lograr un canal adecuado de diálogo con aquellas empresas que quieran trabajar con Sodimac, más de 52 otras compañías han presentado sus productos y el área de innovación ha ayudado a impulsar su gestión comercial.

Adicionalmente, en el año comenzó un plan de trabajo conjunto con Sedex, organización internacional sin fines de lucro que impulsa mejoras en las prácticas empresariales en aspectos relacionados con la ética y la responsabilidad de sus cadenas de suministro. Se trata de una plataforma de alcance mundial, que permite reducir los riesgos y hacer seguimiento de prácticas en la cadena de abastecimiento.

En lo que respecta a los esfuerzos por mejorar la experiencia de compra de los clientes, en 2014 se diseñó un nuevo concepto de “Tienda dentro de la Tienda”, para exhibir productos de una forma inspiradora, facilitando a los clientes el diseño de soluciones para el mejoramiento de sus hogares, con opciones personalizadas y únicas en el mercado. Su implementación final está proyectada para el curso del primer semestre de 2015.



Nuestra gente en el centro de las prioridades

Sodimac se distingue por procurar el desarrollo y calidad de vida de sus trabajadores, buscando a la vez forjar profesionales del retail con una activa inversión en formación, esfuerzo que se canaliza por diversas vías, entre las cuales destaca la Escuela de Excelencia Sodimac, que en 2014 benefició a 18.870 trabajadores de la empresa, sumando un total de 409.698 horas de capacitación.

Otro de los focos fundamentales de la labor en materia de capital humano se centra en el clima laboral, al que se presta gran atención y que motiva la realización, año a año, de la encuesta Great Place To Work, con el objetivo de adoptar acciones de mejoramiento. En este ámbito durante 2014 se efectuaron una serie de talleres con las jefaturas.

También continuó el impulso de programas que buscan fomentar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, entre ellos “+Cultura”, “+Deporte”, “+Sano”, “+Tú” y “+Salud”. El programa cultural benefició a un total de 7.324 trabajadores con sus familias, mientras que en el programa deportivo participaron 6.025 empleados. A través del programa “+Salud” se atendieron 6.436 trabajadores en operativos oftalmológicos y dentales en sus lugares de trabajo, y se vacunó contra la influenza a 2.839 personas.



Además, Sodimac siguió operando bajo el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional basado en la norma internacional OHSAS 18001, poniéndose foco en la prevención de conductas de riesgo en las labores diarias. Cabe destacar que en diciembre de 2014 la empresa certificó la totalidad de sus instalaciones en el nivel IV de este sistema, distinción que fue entregada por la ACHS.

Este esfuerzo se ha traducido en una baja sostenida en los indicadores de accidentabilidad y siniestralidad en los últimos años, alcanzándose cifras en 2014 que representan prácticamente el 50% de las registradas en 2011, contribuyendo a una operación más segura para los clientes, trabajadores y la comunidad.

Existe, asimismo, un compromiso con la inserción laboral de personas con alguna discapacidad, ofreciendo empleos directos a 108 trabajadores con capacidades diferentes al cierre del año en todas las operaciones de Sodimac Chile.

En esa misma línea, en 2014 Sodimac suscribió el programa “+Diversidad”, iniciativa impulsada por la organización Acción, que busca generar prácticas empresariales concretas para instalar ambientes laborales inclusivos, integradores y meritocráticos en base a la valoración de la diversidad. Su foco está en generar oportunidades para distintos grupos de personas.

Premios y reconocimientos

- Durante 2014, Sodimac Chile recibió diversos reconocimientos, entre los que resaltan el otorgado por el programa de Declaración Ambiental de Productos (DAPCO), del Idiem de la Universidad de Chile y la CDT de la Cámara Chilena de la Construcción, por impulsar y desarrollar la construcción sustentable en el país.
- Sodimac también obtuvo el tercer lugar en el ranking de Marcas Más Valoradas por los Chilenos elaborado por Brand Asset Valuator (BAV) y Revista Capital, y el cuarto puesto obtenido en el ranking Chile 3D, marcas y estilo de vida, de La Tercera y Collect GKF.
- Además, alcanzó el sexto lugar en el ranking de Reputación Corporativa elaborado por Hill&Knowlton Captiva y Diario Financiero, mismo resultado alcanzado en el ranking de Reputación Marca (Empresas Más Valiosas de América) según BrandZ y Millward Brown.
- En el Índice de Sustentabilidad Corporativa de Revista Capital y ActionAbility Institute Sodimac se situó séptima en el listado total, pero primera entre las empresas de retail, mientras que fue octava en el ranking de Empresas Responsables y con Mejor Gobierno Corporativo según Merco.

Comité Ejecutivo Sodimac Chile



DE PIE (DE IZQUIERDA A DERECHA):

Oswaldo García
GERENTE DE OPERACIONES

Carlos Quintanilla
GERENTE DE ABASTECIMIENTO
Y LOGÍSTICA (SUBROGANTE)

Fernando Valenzuela
GERENTE DE ADMINISTRACIÓN,
FINANZAS Y PREVENCIÓN

Danny Szántó
GERENTE COMERCIAL, MARKETING
Y VENTAS DE INTERNET

Sergio Brito
GERENTE DE SISTEMAS

Néstor Villanueva
GERENTE DE HOMY

Juan Carlos Corvalán
GERENTE DE ASUNTOS LEGALES
Y SOSTENIBILIDAD

SENTADOS (DE IZQUIERDA A DERECHA):

Claudia Castro
GERENTE DE PERSONAS

Eduardo Mizón
GERENTE GENERAL