



MACHU PICCHU



SODIMAC PERÚ

Un año de crecimiento y consolidación,
marcado por la incorporación de la
cadena Maestro.



Sodimac Perú

Un liderazgo que se amplía

En 2014 Sodimac consolidó su liderazgo en el mercado peruano de mejoramiento del hogar, un hecho que se profundizó con la compra de la cadena Maestro y que no hace sino reafirmar el compromiso de la empresa con un país que tiene un gran potencial de crecimiento. Lo anterior, con una propuesta centrada en cumplir la promesa de brindar un servicio de excelencia, mediante el desarrollo de su capital humano, de los proveedores y de la comunidad en general.

“Aunque, sin duda, la integración de Maestro fue el principal hito, en 2014 obtuvimos muchos otros logros, con un crecimiento orgánico que no se detuvo, inversiones permanentes para seguir consolidando nuestra oferta de valor en el mercado, innovación y un aumento de las ventas que es el reflejo de todo lo anterior. Además, seguimos demostrando que somos una empresa profundamente comprometida con nuestros trabajadores, proveedores y la comunidad”.

Emilio van Oordt M.
GERENTE GENERAL SODIMAC PERÚ.





56
tiendas:

30
tiendas Maestro

26
tiendas Sodimac Homecenter
y Sodimac Constructor

364.062
m² de superficie de venta.

9.670
trabajadores o asociados.

138.000
horas de capacitación.

6^o
lugar en el ranking GPTW como
mejor empresa para trabajar en Perú.

Durante 2014 Sodimac Perú mantuvo su política de inversiones dirigida a expandir su presencia geográfica, con miras a estar cada vez más cerca de sus clientes, lo que significó un crecimiento de la cadena que llegó a un total de 26 tiendas, con las aperturas de Cajamarca y Villa El Salvador. Además, al cierre de ejercicio se terminó de construir una segunda sala de ventas en Chiclayo, que empezó sus operaciones a inicios de enero de 2015.

Adicionalmente, en septiembre se anunció la adquisición de Maestro, con lo que se sumaron otras 30 tiendas, lo que implica redoblar las capacidades para servir mejor tanto a clientes especialistas como a las familias que buscan mejorar sus hogares y su calidad de vida. Esto dio inicio a un intenso trabajo de integración de ambas empresas para potenciar los talentos y capacidades de las dos cadenas, buscando desarrollar sinergias y seguir creciendo de manera responsable y sostenible, generando valor para los clientes, proveedores, trabajadores, la comunidad y el país.

En términos de resultados comerciales fue un año igualmente positivo, tanto en el crecimiento del número de transacciones como en el volumen de ventas. Parte de este dinamismo deriva de los importantes avances en materia de la estrategia de omnicanalidad que se registraron en el año, con el lanzamiento de nuevos canales de venta telefónica y por internet. De hecho, Sodimac.com en Perú alcanza 700.000 visitas mensuales, con un ticket de ventas cuatro veces mayor que en las tiendas offline o físicas.

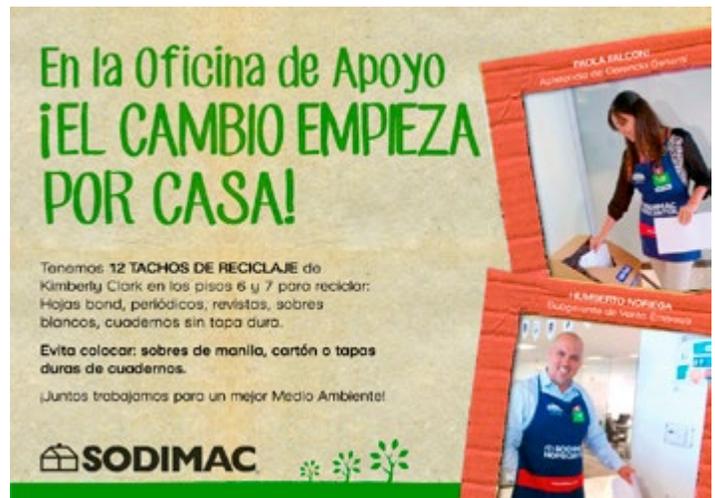
Equilibrio laboral y personal

Sodimac Perú es una empresa que ayuda a sus trabajadores a equilibrar la vida laboral con la personal y/o familiar, desarrollando múltiples programas que fomentan la formación, el tiempo libre, la salud y el bienestar integral de quienes se desempeñan en la organización.

El fuerte foco puesto en capacitación se tradujo en una inversión de US\$ 566 mil en 2014, destinados al desarrollo de mallas curriculares para la Escuela de Excelencia Sodimac, a impulsar planes de formación especial para líderes de tienda y talleres técnicos, entre otros.

Por otra parte, existe una constante preocupación por el cuidado físico y mental de los trabajadores, lo que significó la implementación del área de Salud y Medicina Ocupacional, a cargo de especialistas, e incluye iniciativas como la campaña “Sodimac Saludable”, con el slogan “Sodimac cuida mi salud”, desarrollada en 2014 por medio de exámenes médicos llevados a cabo en toda la cadena con una mirada preventiva. Además, tuvieron lugar dos ferias, en las tiendas de Atocongo y San Miguel, ambas con una duración de dos días, con las cuales se buscó colaborar con el mantenimiento y cuidado de la salud de los trabajadores y sus familias.

Asimismo, dentro de una política que apoya la conciliación familia-trabajo, hubo actividades como talleres educativos, material informativo y eventos para los trabajadores y sus núcleos familiares. En ese sentido, Sodimac cumplió el sueño de parejas que deseaban consolidar su unión, regalándoles la ceremonia del matrimonio civil y los gastos administrativos, aparte de otras acciones como talleres educativos orientados a madres trabajadoras dictados por psicólogas especialistas, charlas educativas dirigidas a parejas con hijos



menores de edad para buscar un balance en la distribución de las actividades domésticas, e iniciativas permanentes para prevenir la violencia contra la mujer.

Asimismo, y como es ya tradicional, en cada una de las inauguraciones de nuevas tiendas ocurridas en el período se celebró el “Día de la familia”, por el cual Sodimac invitó a todos sus trabajadores y familias a celebrar juntos la apertura, antes de que el nuevo local sea conocido por los clientes.

Estos esfuerzos contribuyeron a situar nuevamente a Sodimac entre las mejores empresas para trabajar en Perú, como lo ratificó el 6° puesto obtenido por la compañía en el ranking Great Place to Work (GPTW) en su versión 2014, considerando a organizaciones de gran tamaño.

En 2014, Sodimac Perú fue destacada por el Consejo Nacional de Personas con Discapacidad (Conadis), gracias al programa “Soy Capaz” y el trabajo realizado desde el inicio de las operaciones en este mercado con trabajadores que tienen diferentes tipos de discapacidad, en el sentido de darles todas las facilidades para que puedan realizar sus labores adecuadamente, además de brindar capacitación y charlas a los jefes y asociados de las tiendas para que estén sensibilizados con sus compañeros y tengan una convivencia sana.





PROGRAMA "CONSTRUYENDO SUEÑOS"

Aportando a la comunidad y el medioambiente

Sodimac Perú se preocupa por dejar una huella positiva en la sociedad, y particularmente entre las comunidades vinculadas con sus actividades, generando acciones en distintos ámbitos.

Uno de los focos fue el programa "Construyendo Sueños". Impulsado junto a la ONG Techo, implicó importantes donaciones económicas y en materiales de construcción, así como apoyo para la construcción de 144 viviendas de emergencia, y la donación de horas laborales por parte de trabajadores de Sodimac. A lo largo del año se realizaron tres acciones en conjunto con voluntarios de la empresa en los distritos de San Juan de Miraflores y San Juan de Lurigancho, zonas emergentes de Lima que cuentan aún con asentamientos sin agua potable ni alcantarillado, con un total de 56 familias beneficiadas y más de 400 trabajadores voluntarios movilizados.

Asimismo, la empresa participa en el proyecto "Haciendo Escuela", apoyando a los alumnos de las escuelas Fe y Alegría con los talleres Manitos a la Obra. En 2014 se entregó una donación económica para la ampliación de ambos colegios, y se realizaron una serie de actividades y talleres educativos para niños y padres.

Destaca igualmente la colaboración prestada por Sodimac para la transformación del Módulo V de Pediatría del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas, el cual fue equipado con nuevo mobiliario, y se pintaron y decoraron cuatro consultorios y sala de espera con diseños lúdicos y alegres para los cerca de 60 niños que asisten a diario para su atención.

Además, Sodimac se sumó a la versión 2014 de la Teletón peruana, colaborando con una donación económica de la empresa, que se sumó al aporte de los trabajadores y los clientes.

En cuanto al medioambiente, en el año se creó el Comité de Eficiencia Energética y Agua, y se avanzó en la medición de la Huella de Carbono de la empresa, por medio del análisis en 19 tiendas ubicadas en Lima y provincias. Para tal fin se realizaron mediciones con la metodología de la ISO 14064 y el World Resources Institute.

Esta iniciativa forma parte de la campaña de la COP 20 "Pon de Tu Parte", que invita a la sociedad peruana a implicarse en acciones que favorecen el medioambiente, de la cual Sodimac participó con su compromiso de ser una empresa comprometida con la gestión del cambio climático y el cuidado ambiental, promoviendo un desarrollo sostenible en el país y en el mundo a través de acciones concretas con resultados visibles.

Sodimac Perú ha logrado posicionarse como una de las marcas más reconocidas y valoradas del país gracias a la coherencia entre su labor comercial y su compromiso con las comunidades y el medioambiente. Por este motivo, en 2014 y de acuerdo a los resultados de un estudio de posicionamiento de la empresa y sus marcas a nivel local realizado por la consultora Millward Brown, se constató que Sodimac alcanza un top of mind entre el público del 72% en lo referido al mercado de mejoramiento del hogar.



Gobierno corporativo y ética empresarial

Sodimac Perú promueve una cultura corporativa ética, lo que se manifiesta desde el proceso de selección de su personal y en la formalidad de la relación laboral. Los trabajadores reciben información acerca de sus derechos y lo que la empresa espera de su desempeño desde el inicio de sus actividades, con una inducción formal diseñada para hacerlos sentir bienvenidos.

En este sentido, durante 2014 operó el portal Eticacción, (www.eticaccion.pe), lanzado el año anterior, buscando generar relaciones institucionales transparentes a través de una herramienta que permite a los trabajadores realizar denuncias frente a una eventual falta al código de ética de cualquier integrante de la organización.

Por otro lado, y de cara a los proveedores, se realizó una actualización del Documento de Transparencia Comercial, incluyendo a micro y pequeñas empresas (Mypes) en el beneficio de pago antes de 30 días. En esa línea, la empresa dio inicio a su integración al sistema Sedex, para promover entre los proveedores programas de producción eficientes y sostenibles mediante un plan de trabajo coordinado y auditorías, lo que será implementado en 2015.

Sodimac Perú tiene una permanente preocupación por medir sus avances en calidad de servicio, considerando su infraestructura, cajas, productos y atención de los vendedores. En tal sentido, se observó un incremento de los índices evaluados, como consecuencia de un mejor desempeño en las tiendas que fue resultado de un trabajo destinado a lograr un mayor involucramiento de los gerentes de cada local en la gestión de servicio integral. De esta manera, se cuenta con una mayor cantidad de clientes “Promotores”.

En dicho contexto, la compañía participó en la quinta conferencia del World Climate Summit, el evento empresarial más importante en la COP20, donde líderes de negocio y de gobierno se dieron cita, donde expuso sobre construcciones sustentables en América Latina y el compromiso de las empresas con el medioambiente, puntualizando el caso de Sodimac Perú.

En 2014 también se implementaron prácticas de planificación, diseño y construcción, así como formas para minimizar los posibles daños en el entorno, como el control de emisiones de CO², ruido y polvo, además de un adecuado manejo de residuos y reciclaje, entre otros temas.

Entre los muchos hitos del año, igualmente sobresale el vínculo de la empresa con el Consejo Peruano de Construcción Sostenible-Perú Green Building Council (PGBC), organización privada sin fines de lucro, cuya misión es liderar la transformación de las actividades constructivas y el desarrollo urbano, promoviendo las construcciones verdes. Asimismo, se inició una alianza con la iniciativa Conservamos por Naturaleza de la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental, dirigida a la preservación de Áreas de Conservación Privadas en el departamento de Amazonas, apoyando la reforestación de 600 plántones de especies nativas en Milpuj-La Heredad y Bosque Berlín.

En el ámbito del reciclaje, se dio comienzo a una campaña de comunicación, educación y concientización en toda la cadena, con el fin de separar el papel de los residuos orgánicos, plástico y vidrio, junto con la implementación de áreas especiales en las tiendas para reciclar.

Cabe señalar que en 2014 se elaboró el primer Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Perú, haciendo eco de todas las actividades llevadas a cabo en el año 2013, de acuerdo a la versión G4 del Global Reporting Initiative.



Maestro se integra a la casa de Perú

Generando una positiva marca en la historia de Sodimac en Perú, 2014 será recordado como el año en el cual se adquirió el 100% de la cadena de tiendas para el mejoramiento del hogar Maestro, una operación de gran envergadura que da cuenta de la estrategia de crecimiento regional de la empresa, que de paso reafirma su compromiso con el crecimiento de Perú.

La unión de Sodimac y Maestro significará aunar las capacidades de ambas cadenas con la misión de seguir aportando al desarrollo del mercado en beneficio de las familias peruanas y maestros especialistas, ofreciendo productos de buena calidad, a precios convenientes.

Maestro aporta para ello 30 tiendas distribuidas en todo Perú, con poco más de 3.600 empleados. De esta manera, sumando las de Sodimac, se llega a un total de 56 tiendas, que reciben en conjunto a 2,8 millones de clientes cada mes.

Dentro del proceso de integración de ambas empresas, se ha determinado que las dos marcas, Sodimac y Maestro, convivan y continúen creciendo en el mercado peruano, asumiendo ambas el compromiso con el crecimiento sostenible que forma parte del ADN de Sodimac, lo que conlleva una preocupación por las comunidades, el medioambiente, y el desarrollo de los trabajadores y proveedores, como parte integral de la oferta de valor que caracteriza a Sodimac.

Un ejemplo de lo anterior fue la participación de trabajadores de las 17 tiendas de Maestro en Lima y Callao en las actividades de voluntariado llevadas a cabo por Sodimac Perú en la última parte del año.

Durante 2015 se seguirá trabajando en el proceso de integración de ambas empresas. Al cierre de 2014 se conformó el Comité Ejecutivo o equipo gerencial que liderará las operaciones en Perú.

Desafíos 2015

Entre los muchos retos a encarar en el nuevo año, destacan las inversiones en megaproyectos de infraestructura proyectados por el gobierno y entidades privadas en Perú, que contribuirán a dinamizar el mercado.

Junto con lo anterior, se proyecta el desarrollo de nuevas plataformas para atender a una masa creciente de clientes, muchos de ellos jóvenes de la generación millenials, y por lo tanto, se estima que se producirá un crecimiento del ticket promedio, sobre todo en provincias.

Considerando esto, la empresa abordará una mayor incursión en la venta en línea, y se espera avanzar en el futuro en transacciones vía móviles, aprovechando que, según estudios recientes, Perú cuenta con 5,8 millones de usuarios online, de los cuales un 89% utiliza internet desde su dispositivo celular.

Premios y reconocimientos

Entre los reconocimientos recibidos por Sodimac Perú en 2014 destacan:

- Sexto puesto en el ranking Great Place to Work, grandes empresas, como mejor lugar para trabajar.
- Reconocimiento del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (Conadis), dentro del programa “Soy Capaz”, por contribuir a la inclusión laboral.
- Empresa finalista del concurso “Creatividad Empresarial”, por el proyecto “Los Valores Sodimac: Los cimientos de esta casa”.
- Reconocimiento como la mejor cadena de mejoramiento del hogar en Perú según la XIV Encuesta de la Cámara de Comercio de Lima, tras entrevistar a los principales ejecutivos del Perú.

Comité Ejecutivo Sodimac Perú



ADELANTE (DE IZQUIERDA A DERECHA):

Lucy Salazar
GERENTE DE VENTA A DISTANCIA

Alan del Castillo
GERENTE DE ABASTECIMIENTO

Beatriz Fortunic
GERENTE DE RECURSOS HUMANOS
Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Emilio van Oordt
GERENTE GENERAL

Giancarlo Vassallo
GERENTE DE ADMINISTRACIÓN
Y FINANZAS

Erick Chang
GERENTE DE CONTRALORÍA

ATRÁS (DE IZQUIERDA A DERECHA):

Guillermo Lecaros
GERENTE DE DESARROLLO
Y PROYECTOS

Christian Santos
GERENTE DE OPERACIONES

David Toledo
GERENTE DE SISTEMAS

Ramón Ponce de León
GERENTE COMERCIAL

