

Alcances del Reporte

Sodimac entiende que una parte fundamental de la sostenibilidad de las organizaciones pasa por comunicar a todas las partes interesadas su desempeño económico, social y medioambiental de manera transparente, verificable y comparable.

Siguiendo esta premisa, la empresa ha desarrollado por sexto año consecutivo su reporte de sostenibilidad, bajo los parámetros y protocolos del Global Reporting Initiative en su versión (GRI-3.1). En este documento se da cuenta de la gestión de la empresa en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2012 (reportes anteriores están disponibles en www.sodimac.cl).

Además, este reporte anual nos permite entregar la Comunicación de Progreso de los diez principios que voluntariamente asumimos en 2007 con el Pacto Global de las Naciones Unidas, que apuntan a fortalecer los derechos humanos, normas laborales, protección del medioambiente y lucha contra la corrupción.

¿Cuál es el alcance de este reporte?

En este reporte se expone la gestión y los impactos de Sodimac Chile, en sus pilares estratégicos de sostenibilidad que son desempeño económico, gobierno corporativo y ética, comercio responsable, relación con nuestros clientes, trabajadores, proveedores, y compromiso con el medioambiente y la comunidad.

En este documento no se incluye la gestión de Sodimac en las operaciones de Colombia, Perú y Argentina. Sin embargo, durante 2012 hemos consolidado un diagnóstico alineado a ISO 26000 de Responsabilidad Social y adicionalmente se efectuó el levantamiento de indicadores GRI solicitado por la matriz corporativa de Falabella para este periodo. Ambos procesos nos permiten tener un estado de desarrollo y madurez en la temática por cada país.

Con estos resultados, durante el siguiente período se dará inicio a un trabajo de escucha y participación con cada unidad con el objetivo de consolidar una visión corporativa de responsabilidad social que considere los ámbitos centrales del negocio, la identificación de los grupos de interés y la rendición de cuentas a través de la elaboración de reportes de sostenibilidad.

Adicionalmente, Sodimac no posee negocios conjuntos (joint ventures) y sus resultados financieros e instalaciones no han sufrido cambios relevantes que ameriten la modificación de periodos anteriores. Sin embargo, con relación a la estructura organizacional, en 2012 Enrique Gundermann, gerente general de Sodimac en Colombia fue nombrado nuevo gerente general corporativo de Sodimac en reemplazo de Sandro Solari, quien asumió la gerencia general corporativa del Grupo Falabella.

En este reporte se expone la gestión y los impactos de Sodimac Chile, en sus pilares estratégicos de sostenibilidad que son desempeño económico, gobierno corporativo y ética, comercio responsable, relación con nuestros clientes, trabajadores, proveedores, y compromiso con el medioambiente y la comunidad.

¿Cómo desarrollamos el Reporte de Sostenibilidad?

Para calcular los indicadores cuantitativos, se mantuvieron los procedimientos y técnicas según los estándares reconocidos nacional e internacionalmente y, al mismo tiempo, de acuerdo a los Principios y Protocolos Técnicos del GRI-3.1. En este levantamiento de información participó un equipo multidisciplinario y trasversal de las diferentes gerencias, que contó con la asesoría del Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Este año, hemos incorporado explícitamente dos aspectos como parte del proceso de elaboración del reporte: el mapeo de partes interesadas y el ejercicio de materialidad, con el objetivo de actualizar y focalizar los temas más relevantes para el negocio, la industria y nuestras partes interesadas.

Proceso elaboración del Reporte



¿Cómo definimos la Materialidad del Reporte?

Para definir los indicadores de desempeño y los temas a tratar en este reporte se han considerado los principios de contenidos de GRI (materialidad o relevancia, participación de partes interesadas, exhaustividad y contexto de sostenibilidad).

La materialidad y la participación de las partes interesadas se abordan a través de un taller de actualización y definiciones estratégicas alineado a los asuntos y materias fundamentales de ISO 26000. Mientras la exhaustividad de la información se garantiza a través del proceso de verificación externa y el chequeo del reporte realizado por el GRI. El contexto de sostenibilidad se aborda en cada uno de los seis pilares estratégicos de la sostenibilidad, informando sobre los impactos del negocio para nuestros públicos en las dimensiones económica, social y ambiental.

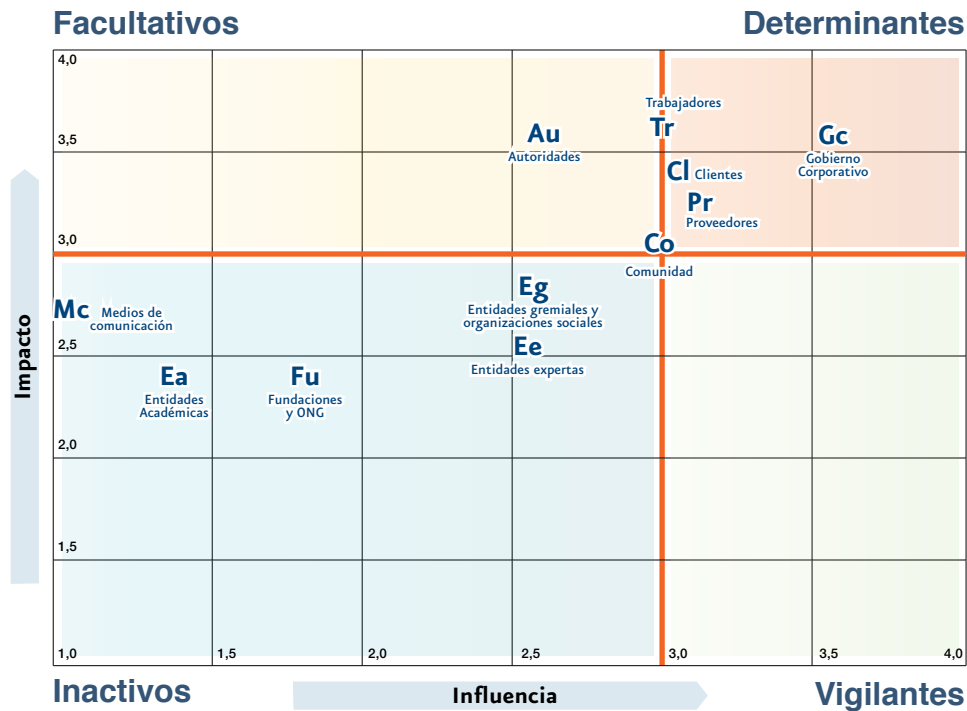
Para definir la materialidad y los principales temas a tratar en este reporte consideramos:

- Lineamientos estratégicos de Sodimac al 2015.
- Diagnóstico ISO 26000 e informe de brechas GRI, Vincular-PUCV.
- Escucha de los públicos de interés a través de los diferentes herramientas de medición como: Ranking PROhumana, Encuesta Generación Empresarial, Encuesta Great Place to Work, Encuesta de Satisfacción de Clientes, Encuesta a Proveedores y Pulso de Comunidades.
- Informe de Diálogo 2.0 del #RepSodimac 2012, CapacitaRSE.
- Informe de oportunidades de mejora al Reporte de Sostenibilidad Sodimac 2011, realizado por Deloitte.
- Informe de comentarios del jurado del Premio Mejor Reporte de Sustentabilidad 2012, realizado por Acción RSE.
- Informe de resultados del Ranking Nacional de Cambio Climático 2012, realizado por Fundación Chile.
- Estudio de Responsabilidad Social Corporativa 2012, realizado por MORI.
- Estudio Líderes de Opinión: Visiones de Desarrollo Sustentable hacia un Chile 2050, realizado por Acción RSE e Ipsos.
- Estudio Consumo Sustentable 2012, realizado por Acción UNAB e Ipsos.
- Revisión de documentación interna, publicaciones y prensa.

Identificación de la Materialidad

En este marco y con miras al enfoque que tendrá la cuarta versión de la Guía del GRI (G-4) actualmente en elaboración, hemos privilegiado en nuestra metodología el trabajo realizado con el Comité de Sostenibilidad de Sodimac, el cual incluye dos procesos de actualización alineados a ISO 26000: mapeo de públicos y la identificación de temas relevantes para la empresa.

Mapeo de Grupos de Interés General



Nota: En este proceso se identificaron 11 grupos de interés, los cuales fueron priorizados según su grado de influencia e impacto en cuatro categorías: Determinantes, Facultativos, Vigilantes e Inactivos.

Fuente: Vincular - PUCV

Facultativos

Son grupos de interés que adquieren una alta facultad para impactar a la empresa. Sin embargo, su nivel de influencia es bajo.

Determinantes

Son grupos de interés que pueden fijar los términos de una resolución. Su influencia tiene alto impacto para la empresa.

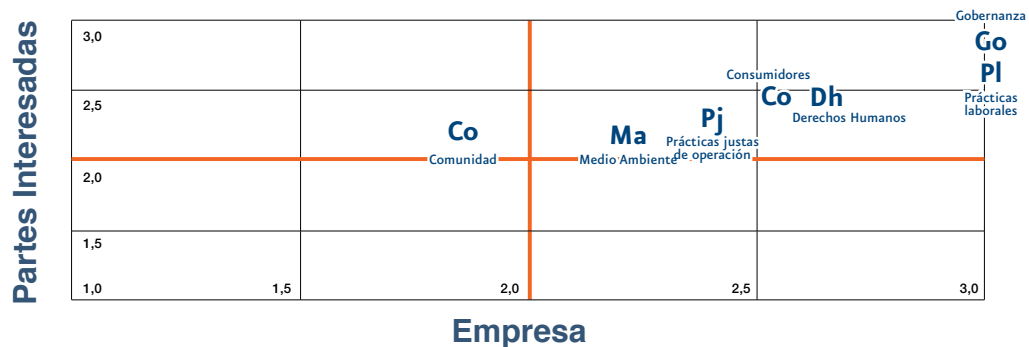
Inactivos

La carencia de acción en estos grupos de interés los condiciona a observadores. Poseen un bajo nivel de influencia e impacto.

Vigilantes

Presentan alto nivel de influencia. Su movilidad dependerá del impacto que pueda tener su acción.

Temas Materiales



Nota: A partir de este proceso, la compañía ha definido reportar 42 indicadores de contexto y 65 indicadores de desempeño en la dimensión económico, ambiental y social.

Fuente: Vincular - PUCV.

Diálogo con nuestros grupos de interés

En Sodimac entendemos que la sostenibilidad se construye, por una parte, con el establecimiento de metas y estrategias claras de Responsabilidad Social a nivel de la alta dirección de la empresa, y por otra, con la escucha activa y permanente de las expectativas, percepciones y necesidades de nuestras Partes Interesadas.



Gobierno Corporativo

Clientes

Proveedores

CANALES DE INFORMACIÓN GENERALES

- Memoria Anual **AN**
- Sitio Web **DI**
- Junta Ordinaria de Accionistas **TR**
- Reporte de Sostenibilidad (GRI) **AN**

- Memoria Anual **AN**
- Sitio Web **DI**
- Módulo de Información de Tiendas **DI**
- Reporte de Sostenibilidad (GRI) **AN**

- Memoria Anual **AN**
- Sitio Web **DI**
- Transparencia Comercial Sodimac (TCS) **DI**
- Reporte de Sostenibilidad (GRI) **AN**

CANALES DE INFORMACIÓN SELECTIVOS

- Informes Gerenciales **ME**
- Informes Directorio **ME**

- Revista Hágalo Usted Mismo **ME**
- Revista Círculo de Especialistas **ME**
- Programa de Televisión Hágalo Usted Mismo **SE**
- Catálogos promocionales **SE**
- CES para maestros **DI**

- Información vía correo electrónico **DI**
- Curso de Producción Responsable para Pymes **AN**

CANALES DE PARTICIPACIÓN

- Reuniones con Directorio **ME**
- Reuniones con Gerencia General **SE**
- Jornadas de Reuniones y Videoconferencias **DI**
- Líneas directas de atención: Teléfono y Correo Electrónico **DI**
- Retroalimentación con los Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) **AN**

- Red de oficinas comerciales y puntos de venta **DI**
- Buzón de consultas del sitio Web **DI**
- Líneas directas de atención: Fonoasistencia, Cartas de Sernac y Medios de Prensa **DI**
- Encuestas de Satisfacción **SE**
- Gerencia de Atención a Clientes **DI**
- Callcenter Atención a Clientes **DI**
- Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) **AN**
- Redes Sociales **DI**

- Reuniones con Gerentes de Línea **DI**
- Líneas directas de atención: Teléfono y Correo Electrónico **DI**
- Encuestas **AN**
- Encuentro Nacional de Proveedores **AN**
- Reuniones periódicas con Gerencia de Control de Calidad **DI**
- Contraloría TCS para Consultas, Reclamos y Quejas **DI**
- Feria de Productos **ME**
- Line Review **TR**
- Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) **AN**

- DI** DIARIA
- SE** SEMANAL
- ME** MENSUAL
- TR** TRIMESTRAL
- ST** SEMESTRAL
- AN** ANUAL



Trabajadores



Autoridades



Comunidad

- Memoria Anual **AN**
- Sitio Web **DI**
- Intranet **DI**
- Sodimac TV **DI**
- Reporte de Sostenibilidad (GRI) **AN**

- Memoria Anual **AN**
- Sitio Web **DI**
- Reporte de Sostenibilidad (GRI) **AN**

- Memoria Anual **AN**
- Sitio Web **DI**
- Reporte de Sostenibilidad (GRI) **AN**

- Intranet **DI**
- Revista **TR**
- Intranet - RRHH en línea **DI**
- Jefe de Recursos Humanos en Tiendas y Centros de Distribución **DI**
- Escuela de Excelencia Sodimac **DI**

- Informes específicos a organismos públicos de interés, tales como SVS, Sernac, FNE, entre otros **ME**

- Plan Buen Vecino - Sodimac en Acción **DI**
- Información vía correo electrónico **DI**

- Revista Nuestra Casa **TR**
- Buzón de sugerencias **DI**
- Canal de Televisión digital vía Intranet **DI**
- Diálogo Sindical **ME**
- Inducciones y Ferias de Capacitaciones **DI ME**
- Reuniones informativas Diarias y Trimestrales (tiendas y oficinas de Apoyo) **DI**
- Desayunos de los Mejores del Trimestre con gerentes **TR**
- Evaluación de Desempeño con Retroalimentación **AN**
- Cursos Desarrollo de Líderes de Tienda, Desarrollo de Líderes de Caja y Desarrollo de Líderes Gerenciales **ME**
- Reuniones de Confianza **AN**
- Sistema de Contacto de RRHH (teléfono e intranet) **DI**
- Diálogos Comités Paritarios **ME**
- Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) **AN**

- Reuniones Periódicas y/o Esporádicas **DI**
- Diálogo permanente con los Organismos de Interés **DI**
- Línea directa SVS **DI**
- Línea directa con Sernac **DI**
- Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) **AN**

- Gerencia de Asuntos Legales y RS **DI**
- Reuniones con Organismos Locales **DI**
- Canal de Comunicación Directa a través de Cartas, Correo Electrónico y Teléfono **DI**
- Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) **AN**
- Estudio Pulso (previo a apertura de tiendas)

“En 2012 seguimos desarrollando un programa de mejoramiento continuo, que tiene un objetivo claro: mejorar la eficiencia y el servicio al cliente. Con ello, el total de ventas pasó de 5.950 millones en 2011 a 6.381 millones en 2012, lo que representa un crecimiento del 7,2%.



“El objetivo de este programa es optimizar los procesos y mejorar la experiencia del cliente. Para ello, se han implementado diversas iniciativas que buscan reducir los tiempos de espera y aumentar la calidad del servicio. Como resultado, se ha logrado un mayor nivel de satisfacción por parte de los clientes, lo que se refleja en un aumento de las ventas y en una mayor fidelización de la base de clientes.

Diálogo 2.0 del #RepSodimac

Mantener un diálogo abierto y transparente con los principales grupos de interés con los que se vincula Sodimac, es esencial para la construcción de su estrategia de sostenibilidad. En este sentido, la compañía ha querido innovar en su retroalimentación al Reporte de Sostenibilidad 2011, incorporando las redes sociales para conseguir un diálogo 2.0.

Con la asesoría de profesionales de CapacitaRSE, nos planteamos como objetivo generar una campaña para impulsar el Diálogo Online para nuestro último Reporte de Sostenibilidad, realizado fundamentalmente a través de tres plataformas: Twitter, Facebook y LinkedIn.

En Twitter, se inició la campaña con 6.724 seguidores por parte de @homecenter_cl y se culminó con 7.203. A su vez, se utilizó el hashtag #RepSodimac, el cual recibió 125 menciones que se observaron en el periodo. Se obtuvo un alcance de 634.571 impresiones. Todos estas están asociadas a los RT tweets de usuarios que valoraron las áreas del reporte y sus contenidos.

En este proceso participaron diversos grupos de interés como proveedores, clientes, trabajadores y entidades expertas en responsabilidad social, cuyos principales temas de interés fueron: Crecimiento Sostenible, Gobierno Corporativo, Medioambiente, Integración de GRI, Pacto Global e ISO 26000 y Relaciones Laborales.



En Facebook, la actividad a través de los distintos espacios de Sodimac logró un alcance global de 9.530 visitas a distintos elementos del reporte. En esta red social el mensaje sirvió fundamentalmente para difundir los diversos temas y el conocimiento de iniciativas contenidas en el reporte.

En tanto en la red profesional LinkedIn, se alcanzó el objetivo de difusión de las iniciativas en grupos especializados, como el comité de expertos de reporte sustentable, contabilizando 134 visitas únicas durante los 45 días de campaña y fue subido en su versión PDF a través de la plataforma Scribd, generando 490 lecturas.

Oportunidades de Mejora

Después de esta primera experiencia de diálogo online se identificaron algunas oportunidades:

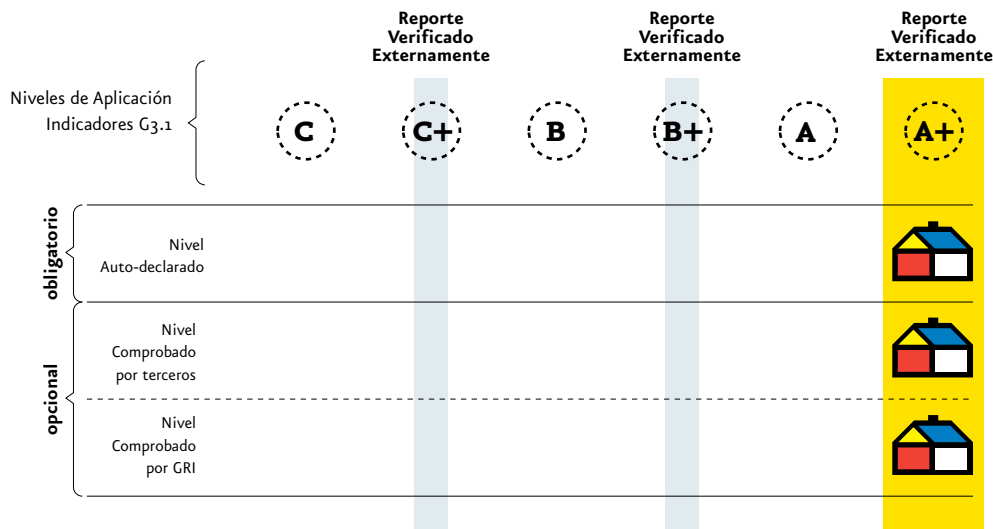
- Intervenir el diseño del reporte, para identificar los diferentes canales de participación.
- Incluir un apartado de diálogo 2.0 en el reporte 2012.
- Incluir en la versión ejecutiva del reporte en web, la mención del hashtag #RepSodimac y botones de socialización del contenido.
- Considerar apertura de comentarios con moderación de ejecutivos de Sodimac.
- Estimular la participación de los diferentes públicos de Sodimac en el diálogo online.



¿Cómo validamos la información publicada?

Toda la información contenida fue revisada y validada por los gerentes de cada área y cuenta con los respectivos respaldos y documentación. Adicionalmente, con el objetivo de obtener el Nivel A+ chequeado por el GRI, por cuarto año Sodimac tomó la decisión de someter su Reporte de Sostenibilidad a una Verificación Externa, que fue realizada por el área de Sustentabilidad y Cambio Climático de Deloitte Chile.

NIVEL DE APLICACIÓN GRI REPORTE SODIMAC 2012



Este cuadro indica los niveles de cumplimiento con las normas GRI que pueden tener los reportes. El nivel A+ es el que hace público el cumplimiento de los indicadores materiales. Cada nivel puede ser comprobado por un revisor externo y chequeado por el mismo GRI. El Reporte de Sostenibilidad de Sodimac se ubica en el nivel más alto, obteniendo A+ comprobado por el GRI y verificado externamente por Deloitte.



Código de Indicadores GRI, Pacto Global e Iso 26000

Se asignó un color diferente a los indicadores según la dimensión a la que se refieren:

GRI	
1.1	Contenidos básicos (GRI)
EC	Indicadores de desempeño Económico
EN	Indicadores de desempeño Ambiental
LA	Indicadores de desempeño de Prácticas Laborales y Ética en el Trabajo
HR	Indicadores de desempeño de Derechos Humanos
SO	Indicadores de desempeño de Sociedad
PR	Indicadores de desempeño de la Responsabilidad Sobre Productos
PG	Principios Pacto Global
ISO	Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social



Principios del Pacto Global

Sodimac participa activamente en la Red Pacto Global Chile, que tiene como misión promover y contribuir a implementar los 10 principios que lidera el Pacto Global en el mundo.

Derechos Humanos

- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.
- Evitar verse involucrados en abusos de los derechos humanos.

Prácticas laborales

- Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de asociación colectiva.
- Eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
- Abolir de manera efectiva el trabajo infantil.
- Eliminar la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Medioambiente

- Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto a los problemas medioambientales.
- Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
- Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medioambiente.

Lucha contra la corrupción

- Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Más información en www.pactoglobal.cl