



Sodimac  
*Chile*



# Avanzando hacia una estrategia centrada en el cliente

En 2019, nos planteamos metas cada vez más exigentes para desarrollar nuestro negocio de manera sostenible, como parte de un ecosistema de mejora continua. Además, buscamos profundizar la escucha activa a nuestros clientes para que el avance en transformación digital permita repensar procesos de negocio e incorporar tecnologías que contribuyan a crear experiencias y propuestas de valor memorables.



**Eduardo Mizón**  
Gerente General  
Sodimac Chile

**689.223**  
m<sup>2</sup> superficie de ventas

**473.780**  
horas destinadas a  
capacitación en 2019

**74**  
Tiendas



**17.907**  
trabajadores

Great  
Place  
To  
Work®

**8º** lugar  
en Great Place  
to Work Chile

(Cifras al 31 de diciembre de 2019)

Durante 2019, se reforzaron dos focos estratégicos fundamentales: entregar la mejor experiencia al cliente y aumentar la eficiencia organizacional. Para ello, en este período se consolidó la puesta en marcha de iniciativas de transformación digital orientadas en esos ejes, fortaleciendo la asesoría, mejorando la eficiencia operacional y enriqueciendo la experiencia en tienda.

## Avances en todos los ámbitos

Crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad son los tres pilares corporativos que sirvieron de base a Sodimac Chile para continuar con su desarrollo, de acuerdo con el plan estratégico quinquenal.

Durante 2019, se generó un importante avance en materia de crecimiento, principalmente, en comercio electrónico, destacando la integración de Sodimac con Linio, que significó una venta incremental a poco tiempo de comenzar y la incorporación de puntos de retiro a nivel holding.

En este período se abrió una nueva tienda Sodimac Homecenter, ubicada en la comuna de Ñuñoa, en Santiago. Este local, que es el primero de dos pisos en el país y tiene una superficie de 12.500 m<sup>2</sup>, reemplazó a la tienda que se incendió en 2014. Además, se remodeló el Homecenter de Kennedy, con un enfoque mucho más vivencial, mejorando así la experiencia y la inspiración de los clientes. Ambas son tiendas de última generación en las que se incorporaron procesos más eficientes de cara al cliente, potenciando el concepto "Figital" (Digital en lo Físico). En el marco de la optimización del portafolio de ubicaciones, se cerró la tienda Constructor de Maipú, y la misma medida se tomó respecto de la tienda Homy de Mallplaza Oeste, en este último caso como parte del proceso para construir en ese centro comercial una de las dos primeras tiendas IKEA.

En el ámbito de la sostenibilidad, se ejecutaron programas de apoyo a la comunidad beneficiando a más de 40 mil personas, junto al lanzamiento de numerosas iniciativas que contribuyeron a la protección del medioambiente y buscaron promover una mayor conciencia sobre la necesidad de cuidar el planeta. Asimismo, en el contexto de la crisis social que afectó al país en el último



trimestre, Sodimac priorizó la seguridad de sus clientes y trabajadores, velando también por mantener los puestos laborales. Los trabajadores del Homecenter del centro de Concepción y del Constructor de Conchalí que resultaron incendiados, fueron reubicados en otras tiendas Sodimac. La empresa buscó profundizar la capacidad de escucha y diálogo, para lo cual realizó 95 conversatorios en los que participaron 1.116 trabajadores de todas las tiendas, centros de distribución y oficina de apoyo a lo largo de Chile, cuyos resultados permitirán plantear propuestas de mejora para la empresa y el país.

En rentabilidad, en tanto, se siguió profundizando en la automatización del principal centro de distribución y el flujo de abastecimiento a las tiendas. También en este ámbito, la compañía concentró un gran número de iniciativas de estandarización y automatización de procesos, logrando mejoras en la eficiencia de la cadena de abastecimiento y optimizando los niveles de inventario. Con ello, se logró mantener los índices de disponibilidad en tiendas por sobre 95%.

En el Centro de Distribución de Lo Espejo se incorporó un nuevo sistema automatizado de robots llamado Super Butler System (SBS), cuyo objetivo es responder de forma más ágil y rápida a las necesidades de tiendas y clientes, incrementando la eficiencia en la preparación de productos en los centros de distribución y disminuyendo los esfuerzos de reposición en tiendas. La inversión consideró la construcción de una estructura de 32 mil m<sup>2</sup> en 4 niveles, la cual contiene la operación de 325 robots autónomos capaces de mover 4.220 estanterías móviles que contienen productos y llevarlas a distintas estaciones de preparación donde son clasificados en carros de reposición por área de cada tienda o si el destino es clientes, consolidar los productos para dejarlos listos para su despacho. El sistema

es capaz de clasificar 45.540 cajas por cada día en su primera etapa y almacenar hasta 50.000 SKUs, proyecto que continuará su proceso de desarrollo durante el año 2020.

## E-commerce y estrategia de omnicanalidad

En 2019, Sodimac priorizó fuertemente la experiencia digital de sus tiendas mediante proyectos como el monitor digital, que permite generar el nexo de las iniciativas que nacen en las diferentes células (equipos) y la tienda, de forma de implementarlas eficientemente junto con potenciar las mejoras.

En el ámbito tecnológico se avanzó en la implementación del proyecto “Catalyst”, que considera un cambio fundamental en la plataforma de e-commerce, migrando la base a microservicios, lo que permite avanzar dinámicamente en su desarrollo, aplicaciones y ecosistema de herramientas digitales en las tiendas.

En términos comerciales, se logró consolidar dos importantes eventos cyber durante el año: el Cyber Day de mayo y el Cyber Monday de octubre, que tuvieron un crecimiento muy relevante con respecto al año anterior, por sobre el aumento promedio de la industria en Chile.

El aumento de surtido, apalancado al modelo de marketplace, permitió superar el plan definido. Se incorporaron más de 20.000 nuevos productos conforme a la estrategia de negocios de la categoría, donde también se suma el nuevo modelo Cross Border, que permite acceder a más de 800 productos desde el extranjero, con lo que se apunta a fortalecer la diferenciación del mix.



Sodimac lanzó su primer programa de innovación abierta con startups, con el objetivo principal de buscar, identificar y conectar una capacidad externa presente en el ecosistema emprendedor y alinearla con un desafío interno, que este año se enfocó en potenciar la experiencia de clientes en tiendas.

Además, Sodimac integró su operación y trabajo colaborativo con Linio, donde se habilitó el 100% de los productos definidos desde bodegas. Ya con esto se superaron las ventas para el año, con incrementos importantes cada mes, una positiva participación en los cyber y campañas comerciales. En 2020, junto con finalizar las integraciones sistémicas, se buscará seguir escalando el negocio de mejoramiento del hogar y materiales de construcción en Linio.

En cuanto a puntos de retiro (click & collect) en otras empresas del grupo Falabella, el año finalizó con 15 tiendas Falabella/Tottus en Chile donde se pueden retirar productos Sodimac. Los servicios logísticos de entrega a domicilio lograron 90% de cumplimiento en entregas en período regular, junto con habilitar 10 tiendas con servicio de entrega diferenciado. Para el 2020, se fortalecerá fuertemente el despacho a domicilio y retiro en tiendas, mediante la optimización de sus procesos, buscando reducir los costos, tiempos de entrega y con ello mejorar la experiencia del cliente final.

En Sodimac.com se ha ido perfilando y segmentando la base de clientes hogar y construcción, y hoy ya se cuenta con más de 10 segmentos definidos y aplicados. La planificación 2020 en este ámbito busca abarcar mayores segmentos, adaptando y optimizando la navegación del sitio a los distintos viajes de los clientes en base a sus preferencias, con un claro énfasis en el consumidor profesional.

En términos de mejoras al contenido web, se publicaron 53.000 nuevas fotografías y más de 20.000 descripciones. En cuanto a la estructura de datos asociada, la plataforma PIM se consolidó como base de datos única de productos, migrando a un estándar mundial de atributos y datos

(GPC), y con ello mejorar considerablemente la calidad y estructura de datos de la compañía. Otro de los focos de este año fue potenciar el contenido generado por los usuarios; la plataforma e-commerce ya cuenta con más de 36.000 comentarios de clientes, con una nota promedio de 4,2/5, en más de 12.000 productos evaluados.

## Calidad de servicio, eficiencia y productividad

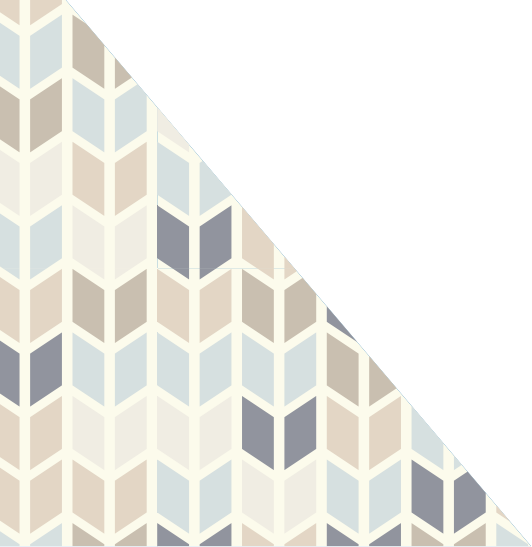
En 2019, Sodimac se mantuvo en el cuartil superior de la industria en términos del NPS (indicador de satisfacción de clientes), a pesar de la pequeña caída de un 1 punto con respecto a 2018, que se explica en su totalidad por la contingencia país, ocurrida en el cuarto trimestre.

En el período también se empezó a medir específicamente el NPS del empleado con el fin de obtener el feedback del cliente interno y así crear mejores planes de acción de cara al consumidor final, el cual llegó al mes de noviembre a los 61 puntos, superando el benchmark de mercado.

Bajo el enfoque de procesos, las iniciativas de mejoramiento LEAN, la tecnología y la innovación han permitido seguir dando grandes pasos en eficiencia en todos los frentes operacionales. Las áreas de despacho

Sodimac obtuvo un histórico resultado en la medición de clima laboral “Great Place to Work” (GPTW), situándose en el 8 lugar entre las mejores empresas para trabajar en Chile con más de 1.000 trabajadores.





y retiro en tienda para clientes han generado numerosas mejoras, las que redujeron en 33% los tiempos de entrega a los clientes. En cajas, además, se ha ido ampliando el autoservicio asistido.

En términos de la integración de los canales, la implementación de HUB y cross-docking en las bodegas regionales han permitido disminuir los tiempos de entrega a los clientes a 24 horas y 48 en zonas extremas, lo que se complementa con la implementación de las ventanas horarias para la recepción de los despachos por parte de los consumidores.

En lo referido a la venta en tienda, este año se incorporó definitivamente el concepto de venta de extra surtido, servicios asociados y asesoría en la venta con los módulos puntocom y tablets, que permiten venta guiada sobre todo el mix, cada vez más flexible y con mejor interfaz, facilitando la integración del mundo físico con el digital en una misma experiencia de compra.

## Sostenibilidad

Varias fueron las iniciativas que se desarrollaron en torno al pilar estratégico de sostenibilidad durante 2019. Se realizó nuevamente el programa “Construyendo Sueños de Hogar”, una instancia de relacionamiento comunitario, colaborativo y participativo, que consiste en la entrega de materiales y realización de proyectos de mejora en las instalaciones de diversas organizaciones, mediante trabajo voluntario de colaboradores de la compañía, en conjunto con la comunidad. Este año se ejecutaron 83 proyectos en todo Chile, donde participaron 1.100 voluntarios, beneficiando a 40.190 personas de la comunidad. Y en el plano interno, se apoyaron con proyectos a 84 trabajadores para mejorar sus hogares y calidad de vida.

También se respaldó la campaña institucional de Techo, que llamó a vivir en una ciudad integrada, con 14 proyectos de vivienda definitiva en diversas regiones. Además, se les hizo entrega del aporte de \$47 millones por las ventas de Agua Late en todas las tiendas del país.

Sodimac hizo un aporte de \$130 millones a la Fundación Junto al Barrio, además de la participación en proyectos comunitarios en las comunas de Renca y Valparaíso, enmarcados en el programa Construyendo Sueños de Hogar.

También se continuó trabajando junto a Movidos por Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias para gestionar ayuda en las diferentes emergencias y potenciar las redes solidarias efectivas para incrementar la colaboración frente a catástrofes y/o emergencias del país.

En el marco de los esfuerzos contra el cambio climático, se impulsaron distintas iniciativas para contribuir a la protección del medioambiente y promover una mayor conciencia entre proveedores, clientes, trabajadores y la comunidad en general, sobre la necesidad de cuidar el planeta. Desde el 1 de marzo todos los despachos de productos a clientes en Chile son carbono neutral, como parte del objetivo de rebajar en un 30% las emisiones directas de la compañía al 2021.

Sodimac también potencia la recuperación, reciclaje y reutilización de residuos, tanto propios como los generados por la comunidad. La red nacional de puntos limpios siguió extendiéndose en 2019 con la inauguración del primer punto limpio en la localidad de La Calera. Con esto suma 19 puntos entre Arica y Chiloé, consolidándose como la más importante del país: las visitas a estos puntos limpios

Este año se  
ejecutaron  
**83** proyectos  
en todo Chile



ya superan los 3,5 millones desde su creación en 2010 y se han reciclado sobre 18 mil toneladas de material.

Además, Sodimac pone a disposición de los clientes más de 4.000 productos con atributos ambientales y sociales. Esto incluye aquellos que tienen más de un 50% de contenido reciclado y son biodegradables en no más de seis meses, así como reutilizables o rearmados. A esto se suman productos que permiten un consumo comprobablemente eficiente de energía o agua, así como elementos para un hogar saludable libres de VOC, es decir, de partículas químicas dañinas para la salud.

Adicionalmente, ofrece productos sustentables con certificaciones reconocidas, que se han fabricado cuidando los recursos naturales y mitigando los impactos ambientales. También, se da espacio al comercio inclusivo de productos que generan impacto positivo en la sociedad, aportando a causas sociales, entre los que se incluyen varias líneas de artículos de aseo, organización y menaje que se fabrican con residuos plásticos recibidos en los puntos limpios. Esta es la primera iniciativa de economía circular de un retailer en Sudamérica, resultado de una alianza con TriCiclos y Comberplast.

Sodimac -que ingresó el año pasado a la comunidad global “The Circular Economy 100” (CE100) de la Fundación Ellen McArthur y adhirió en 2019 al “Pacto chileno por los



plásticos” de Fundación Chile-, se propuso junto con sus proveedores, duplicar la oferta de artículos y servicios eco-sostenibles en sus tiendas en 2019 y que el 100% de los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables al 2020, partiendo por sus marcas propias.

Además, la empresa gestiona responsablemente los residuos que genera su operación. En agosto pasado, junto con otras 12 empresas firmó un acuerdo de producción limpia (APL) para artículos eléctricos y electrónicos. Y recientemente, Sodimac fue reconocida por el programa Huella Chile y el ministerio de Medio Ambiente, por su compromiso en la medición y reducción de huella de carbono en todos sus establecimientos.

## Puntos CMR con todo medio de pago

A contar de julio de 2019, se lanzó el programa CMR Puntos con todo medio de pago, que permite a los clientes acumular y canjear puntos CMR comprando en Sodimac (y el resto de los negocios del grupo Falabella), sin importar el medio de pago que elijan para sus compras. Adicionalmente y también durante el segundo semestre, se efectuaron campañas de cuotas sin interés pagando con CMR. Esto provocó un importante crecimiento en ventas y la posibilidad para muchos de los clientes de cumplir con sus sueños y proyectos de hogar a costo cero de financiamiento.

Este año se concentraron los esfuerzos en fortalecer la propuesta para el cliente profesional (CMR Pro), para lo cual se lanzó el catálogo de canje de puntos para el especialista, que entrega una propuesta amplia y segmentada de canje, para cumplir tanto con sus necesidades profesionales, como de hogar. Dentro de

la misma línea, se dio un nuevo impulso al proyecto de tarjeta CMR para el especialista, ampliando de manera importante la base de clientes pre aprobados y generando un aumento en ventas en este segmento. Este proyecto seguirá teniendo aún un mayor impulso durante el 2020.

## Gestión de personas

Durante 2019, se realizaron capacitaciones en el equipo para estandarizar el método de evaluación presencial y alinearlo a los estándares internacionales de selección. Además, se realizó el cambio de la plataforma de evaluaciones masivas online por una que permite realizar pruebas para seguir el estándar de los perfiles digitales que se requieren en el negocio, como también, mejorar la experiencia de los candidatos, que pueden realizarlas desde cualquier dispositivo móvil, sin necesidad de acercarse físicamente a una tienda, ahorrando costos y tiempos, tanto del candidato, como de los equipos de recursos humanos.

Entre mayo a diciembre, la página de Sodimac Chile en LinkedIn se posicionó como la N°1 en seguidores dentro de las páginas de los países en donde se encuentra la compañía, creciendo en más de 35 mil seguidores de manera orgánica.

La inclusión fue otro foco durante el 2019. Se trabajó fuertemente en el reclutamiento y la selección de personal, implementando también adecuaciones en la infraestructura, para poder no sólo cumplir con el 1% legal requerido, si no que instaurar la conciencia de diversidad en toda la compañía.

En el año se impartieron más de 473.780 horas de capacitación, siendo beneficiados 17.019 integrantes de



La integración del holding fue un lineamiento estratégico relevante dentro de la transformación digital de la compañía, destacando las sinergias alcanzadas con el desarrollo de Linio, los puntos de retiro de Sodimac en Falabella y Tottus, y en la gestión de personas el programa de pasantías “Talentum”.



la familia Sodimac, alcanzando un indicador promedio de 26 horas de formación per cápita y con una inversión de US\$ 2.729.064.

Además, bajo los lineamientos de la Academia de Liderazgo, se implementó un programa de Liderazgo 3.0 que entrega herramientas de gestión para potenciar el desarrollo de líderes en la empresa. En 2019 pasaron por este programa 40% de los líderes de la oficina de apoyo y la meta para 2020 es llegar al 90%.

Por otra parte, en el año se realizaron 11 ferias de capacitación en Santiago, incrementando en un 25% los cupos de asistencia y cobertura, alcanzando a capacitar de este modo al 50% de la fuerza de venta de Sodimac, en productos, venta de proyectos, herramientas tecnológicas y los diferentes servicios de omnicanalidad que ofrece el área comercial. En cada uno de estos eventos, se reconoce a los mejores alumnos y proveedores, incentivándolos a progresar cada día y a compartir su aprendizaje con sus colegas.

En cuanto al programa de becas, este año la Escuela de Excelencia Sodimac benefició a 122 trabajadores. Adicionalmente, se entregaron 3 becas para programas de Maestrías y 120 becas de inglés. Además, se trabajó en la implementación de SAP Learning, nueva herramienta de gestión para modernizar la entrega de reportes, gestión y difusión de los programas de formación presencial con los que cuenta Sodimac. Este nuevo sistema permite a las jefaturas y a los propios trabajadores, visualizar sus mallas, cursos realizados y planificación anual y mensual, además de la oferta disponible, favoreciendo la autogestión de su aprendizaje.

Por último, se implementó y participó de Talentum, un programa de pasantías entre empresas del grupo, en

el cual profesionales destacados se trasladan a otra empresa de Falabella y trabajan durante 8 semanas desarrollando un proyecto de interés para el negocio. Esto busca promover el desarrollo y la movilidad interna, dar visibilidad a profesionales con un desempeño destacado, incentivar el intercambio de buenas prácticas y culturas entre empresas, la generación de redes internas y el aporte de velocidad a proyectos estratégicos del negocio.

## Comercio y Marketing Responsable

CES, el programa emblemático de la empresa en el plano de los negocios inclusivos, ya tiene 14 años de existencia, con más de 400 mil socios de Arica a Punta Arenas. Permite a la compañía relacionarse con un creciente grupo de clientes habituales, que incluyen maestros especialistas y contratistas, para que logren mejorar en su trabajo y la gestión de su negocio, mediante capacitación y perfeccionamiento.

En 2019, por séptimo año consecutivo, Sodimac Constructor junto a su Círculo de Especialistas, llevó a cabo la “Gran Feria de Capacitación para Especialistas” en Santiago, que tuvo como objetivo principal que estos profesionales pudieran capacitarse en diversas áreas, conocer nuevas tecnologías, estar a la vanguardia de las últimas tendencias y así, ser capaces de innovar en su rubro. El evento alcanzó un récord de capacitaciones, con más de 300 cursos gratuitos a los que asistieron 18 mil personas, incluyendo más de 50 mil participantes vía streaming. Paralelamente, se llevó a cabo el concurso “El mejor maestro de Chile”.

Además, este año se desarrolló nuevamente el programa “Hágalo usted mismo en comunidad”, donde el objetivo

fue asesorar a las comunidades vulnerables con proyectos paso a paso, para construir y reparar los distintos espacios de su casa de acuerdo con sus necesidades, y así mejorar su calidad de vida. Estos talleres son ejecutados por la Fundación Proyecto Propio con la colaboración de diversas alianzas de la compañía y cuenta con módulos para aprender cómo mantener la casa en buen estado, ahorrando dinero en el proceso y generando proyectos que inspiren a la familia, vecinos y comunidad.

## Avances en Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

Durante el año, se implementó la herramienta de GRC (Gobernabilidad, Riesgo y Cumplimiento) que permite configurar y estandarizar matrices de riesgo del negocio y protocolos de uso y actualización. También se incorporan nuevos riesgos para el monitoreo continuo en paneles de vigilancia de auditoría interna, en procesos financiero-contables, gestión de personas y proveedores. Asimismo, se actualizó el Modelo de Prevención de Delitos (Ley 20.393) con la incorporación nuevos delitos.

## Innovación orientada a la experiencia en tiendas

Con el fin de potenciar la experiencia de sus clientes, Sodimac Chile lanzó su primer programa de innovación abierta, a través del cual convoca a distintos startups para generar soluciones tecnológicas creativas que respondan efectivamente a las necesidades tanto de clientes hogar, como de profesionales.

Esta iniciativa, producto de una alianza con las aceleradoras de innovación corporativa INNSPIRAL y de negocios Imagine

Lab, convocó a más de 200 empresas emprendedoras. Al cierre del año se estaba trabajando con las 5 finalistas, ejecutando reuniones de profundización de sus soluciones para llegar con propuestas concretas y viables, que permitan conectar su creatividad y capacidades, con los desafíos internos de la compañía. Se espera seleccionar a 3 startups para integrar la empresa en 2020.

## Premios y reconocimientos

Durante 2019, Sodimac obtuvo el premio Lealtad del Consumidor, en la categoría Mejoramiento del hogar, otorgado por Alco, Customer Experience Management Consulting. Además, obtuvo el galardón Inclusión 2019, categoría Gran Empresa, que entrega la ACHS.

También logró el 3° lugar en el ranking de empresas responsables y con mejor gobierno corporativo, entregado por Merco (Monitor empresarial de reputación corporativa), y fue 4° lugar en el ranking RepTrack Chile, Reputation Institute. Asimismo, obtuvo el 7° lugar en ranking Reputación Corporativa Merco Empresas y el 11° lugar en el ranking Merco Talento Chile.



# Comité ejecutivo Sodimac Chile

(al 31 de diciembre de 2019)



- 01 Ignacio Román Moreno**  
Gerente de Planificación,  
Desarrollo y Proyectos
- 02 Juan Carlos Corvalán Reyes**  
Gerente de Asuntos Legales  
y Sostenibilidad
- 03 Manuel López Pacheco**  
Contralor General Sodimac  
Chile y Filiales
- 04 Mariano Imberga**  
Gerente de Operaciones
- 05 Fernando Valenzuela del Río**  
Gerente de Administración,  
Finanzas y Prevención
- 06 Luiz Santos García**  
Gerente Interino Cadena  
de Abastecimiento
- 07 Claudia Castro Hruska**  
Gerente de Personas
- 08 Eduardo Mizón Friedemann**  
Gerente General
- 09 Ignacio Monteverde**  
Gerente Comercial, Marketing  
y Ventas a Distancia
- 10 Cristián Andrés  
Huidobro Alarcón**  
Gerente de TI Chile