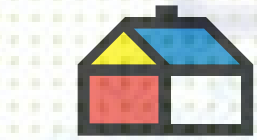
Reporte de Sostenibilidad

2012

SODIMAC

Reporte de Sostenibilidad



SODIMAC®

Sodimac S.A.
R.U.T. 96.792.430-k

Dirección: Av. Presidente Eduardo Frei Montalva N° 3092, Renca. Santiago de Chile.
Teléfono: (562) 738 1000
www.sodimac.cl

GRI
2.1
2.4
3.4

Comentario o sugerencia, contactar a:

Juan Carlos Corvalán R.
Gerente de Asuntos Legales y Responsabilidad Social
Teléfonos: (562) 7381191 - (562) 7381192
E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.
Coordinador de Responsabilidad Social
Teléfono: (562) 7381784
E-mail: purbina@sodimac.cl

Redes Sociales:
Twitter.com/homecenter_cl
#RepSodimac (hashtag)
Facebook.com/ homecenter

Coordinación y Edición de Contenidos:
Pablo Urbina M.

Redacción:
Extend Comunicaciones

Equipo Asesor:
Centro Vincular - RS, PUCV

Verificación Externa:
Deloitte Chile

Diseño:
www.filete.cl

Fotografías:
Archivo Sodimac

GRI
3.12

Índice

Mensaje del gerente general Sodimac Chile 4

Alcances del reporte 6

Diálogo con nuestros grupos de interés 10

Política de Responsabilidad Social de Sodimac 16

Plan estratégico de Sodimac 18

Hitos de sostenibilidad 20

Premios y Reconocimientos 21

Nuestras alianzas 22

Perfil de Sodimac 24

Desempeño económico 36

Gobierno corporativo y ética empresarial 39

Nuestros trabajadores 52

Nuestros proveedores 84

Nuestros clientes 96

Compromiso con el medioambiente 114

Compromiso con la comunidad 132

Glosario 143

Informe de verificación externa 148

Informe de GRI 149

Indicadores GRI, Pacto Global e ISO 26000 150

Cuestionario de retroalimentación 160

Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

GRI
1.1
1.2
ISO
6.2

Queremos compartir con ustedes nuestro sexto Reporte Anual de Sostenibilidad, que da cuenta del trabajo desarrollado durante 2012 para contribuir a la creación de valor económico, social y ambiental, de acuerdo a los compromisos que la empresa ha asumido en seis dimensiones: relaciones laborales, medioambiente, gobierno corporativo y ética empresarial, compromiso con la comunidad, comercio y marketing responsable y aprovisionamiento responsable.

En el marco de un importante plan de inversiones en Chile, de alrededor de US$100 millones, en 2012 abrimos siete nuevas tiendas que nos permiten estar más cerca de nuestros clientes, con una mayor presencia a lo largo del país, todas ellas diseñadas y construidas para aminorar nuestro impacto en el medioambiente y hacer un uso eficiente del recurso energético. Con estas aperturas, llegamos por primera vez a San Fernando y a la comuna de Alto Hospicio, donde esperamos ser un vecino que establezca vínculos estrechos con la comunidad y aporte al desarrollo de ésta. La inauguración de estas tiendas, más una serie de otros proyectos en el ámbito logístico y de servicios de apoyo, significaron generar más de 3 mil nuevos puestos de trabajo durante el período, entregando también numerosas oportunidades de ascenso y desarrollo de carrera a nivel interno para las personas que asumieron nuevas gerencias y jefaturas.

En nuestro proceso de mejoramiento continuo para desarrollar nuestro negocio de manera responsable y sostenible, hay una serie de avances que quisiera destacar. Durante 2012 seguimos consolidando nuestro Sistema de Gestión Ética, sometiéndonos a la certificación externa de la consultora Prelafit Compliance, que acreditó la implementación al interior de nuestra empresa de modelos de organización, administración y supervisión destinados a prevenir las infracciones señaladas por la Ley 20.393. Esta certificación acredita que Sodimac cumple con los deberes de supervigilancia y dirección, y proporciona a los propietarios, directores y ejecutivos los elementos indispensables para enfrentar de mejor manera los riesgos legales y reputacionales asociados a eventuales delitos.

Adicionalmente, durante el período certificamos la totalidad de nuestras tiendas bajo el Sistema GPS-ACHS, un mecanismo de gestión de seguridad y salud ocupacional basado en el modelo OHSAS 18001, que permite a la empresa controlar los riesgos en forma práctica y efectiva, puesto que la salud y seguridad de los trabajadores y clientes es

"La inauguración de siete nuevas tiendas, más una serie de otros proyectos en el ámbito logístico y de servicios de apoyo, significaron generar más de 3 mil nuevos puestos de trabajo durante el período, entregando también numerosas oportunidades de ascenso y desarrollo de carrera a nivel interno para las personas que asumieron nuevas gerencias y jefaturas".

uno de los pilares estratégicos de la compañía, por lo que este avance es uno de los más relevantes del año. Fiel a esta política, llevamos a cabo una serie de acciones preventivas que contribuyeron a un avance sustancial durante el año en las tasas de siniestralidad y de accidentabilidad, que disminuyeron 32% y 35%, respectivamente.

También pusimos en marcha nuestro Centro de Innovación, iniciativa que busca sistematizar y potenciar la innovación con los actuales proveedores para encontrar negocios diferenciadores bajo el concepto de la co-creación. Tenemos muy altas expectativas de esta iniciativa, que consideramos un reflejo concreto de la relación de largo plazo, respeto y beneficio mutuo que procuramos construir con nuestros proveedores, como socios estratégicos.

Pero no todo fue avance en 2012. Nuestra empresa, que siempre se ha caracterizado por sus buenas relaciones laborales y de colaboración con sus organizaciones sindicales, no logró llegar a acuerdo con una de ellas en el marco de un proceso normal de negociación colectiva. Este sindicato, que representa a aproximadamente el 10% de nuestros trabajadores, hizo efectivo su derecho a huelga, lo que asumimos con absoluto respeto, mantuvimos el diálogo y logramos llegar rápidamente a un acuerdo. Al respecto, me parece importante señalar que, en los procesos de negociación colectiva, nuestra compañía mantiene una disposición de respeto y diálogo permanente, buscando llegar a un acuerdo que resulte satisfactorio para ambas partes. Pero dado que la construcción y el comercio son mercados cíclicos, es decir, sujetos a los vaivenes de la economía, al llegar a un acuerdo colectivo nuestro criterio es no sólo considerar los períodos de bonanza, sino también aquellos de crisis, de modo de no poner en riesgo la estabilidad laboral, que ha sido siempre un objetivo prioritario para Sodimac.

Entendiendo que mantenemos todavía muchas brechas que reducir, en nombre de las más de 20.000 personas que trabajamos en Sodimac Chile quiero agradecer el premio de RSE que nos otorgaron la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa) y Revista Capital. Lo valoramos como un incentivo a seguir esforzándonos en este camino en el que todos estamos comprometidos para hacer de Sodimac cada vez una mejor empresa.

En 2013, contemplamos abrir nuevas tiendas y avanzar en nuestra eficiencia logística con miras al crecimiento del comercio electrónico. Como objetivos del año, a nivel interno pondremos particular foco en calidad de vida laboral, fomentando la capacitación y el desarrollo para avanzar sostenidamente en el clima laboral con miras a transformarnos en el mejor lugar para trabajar del retail en 2015. También, seguiremos perfeccionando nuestro conocimiento de las comunidades y la disminución del impacto que provoca la apertura o remodelación de nuestras tiendas entre las personas que habitan dentro de su zona de influencia. Buscaremos estrechar la relación con las comunidades que rodean nuestras operaciones, haciendo un mejor diagnóstico y plan de desarrollo. Queremos darle mucho más impulso y sistematización a los programas comunitarios que desarrollan las tiendas para aportar al crecimiento de la comunidad, a través de proyectos locales y alianzas tripartitas entre el sector público, la sociedad civil y nuestra empresa.

No quisiera concluir esta carta sin reiterar nuestro respeto y compromiso irrestricto con los principios del Pacto Global de Naciones Unidas, con los lineamientos de ISO 26000 y con la metodología de Global Reporting Initiative en la elaboración de nuestros reportes de sostenibilidad.

Desde ya agradecemos todas las observaciones, sugerencias y aportes que nos puedan hacer, tanto para mejorar nuestro reporte como para seguir avanzando en el camino de crecimiento responsable y sostenible en el que estamos comprometidos.

Muchas gracias.

Eduardo Mizón Friedemann,
Gerente General Sodimac Chile.

GRI
2.3
2.9
3.1
3.2
3.3
3.5
3.6
3.7
3.8
3.10
3.11
3.13
ISO
6.2

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.

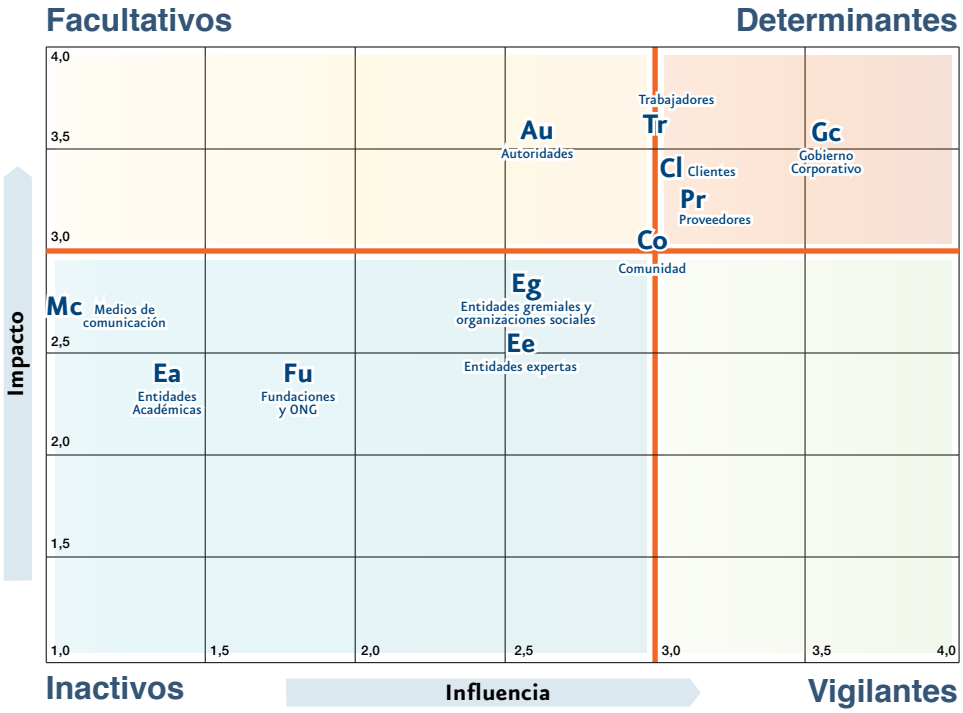
Para definir la materialidad y los principales temas a tratar en este reporte consideramos:

- 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.

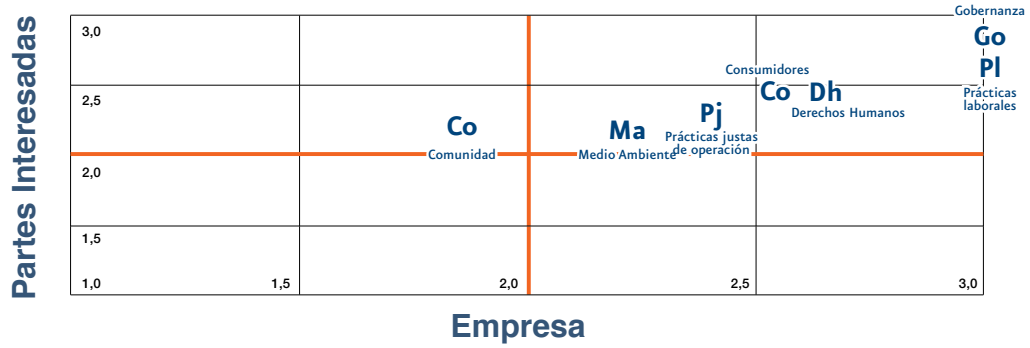
Inactivos

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 Electrónic 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)

Compra

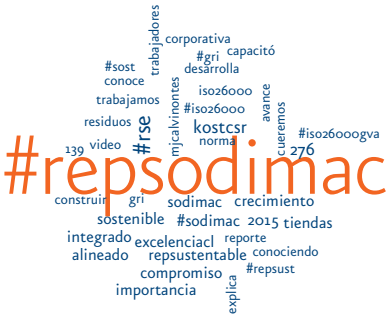
Diálogo 2.0 del #RepSodimac

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

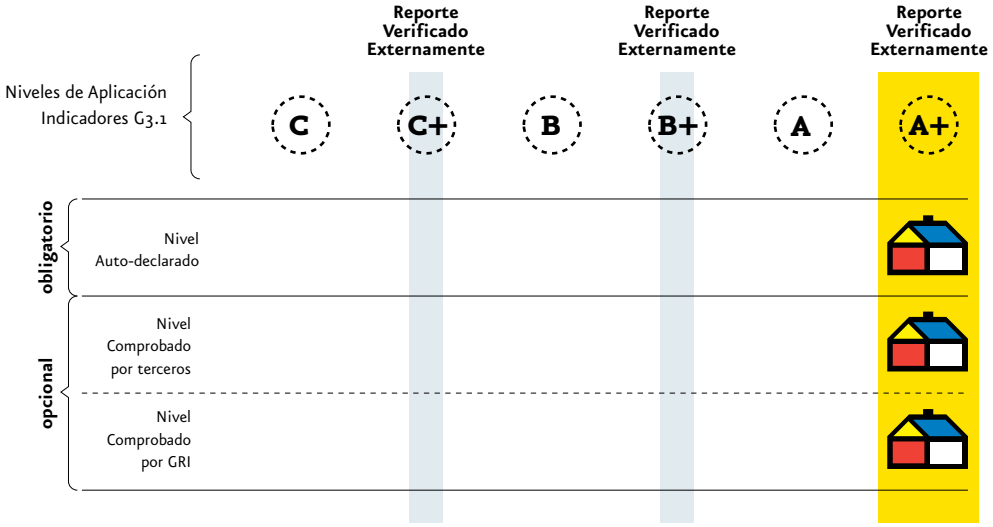
Después de esta primera experiencia de diálogo online se identificaron algunas oportunidades:

- 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**

Política de Responsabilidad Social de Sodimac

Sodimac desarrolla su Política de Responsabilidad Social según las orientaciones de la ISO 26000, los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y la iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI). Su objetivo es lograr un desarrollo sostenible, gestionando transversal y sistemáticamente las dimensiones económica, social y medioambiental de su negocio, buscando no sólo crecer en el ámbito económico, sino que también en el social y medioambiental, procurando mitigar los eventuales efectos negativos que se deriven de sus operaciones y potenciando sus efectos positivos.

En consecuencia, los compromisos de la Política de Responsabilidad Social que Sodimac declara formalmente se centran en las dimensiones de la página siguiente.

En Sodimac declaramos la responsabilidad social como un compromiso transversal a toda nuestra organización, por lo que es responsabilidad de todos y cada uno de los trabajadores de la compañía, poner en práctica y cumplir estos lineamientos de sostenibilidad.

Modelo Coordinador

Evalúa las políticas, objetivos y metas en el ámbito económico, social y ambiental, incorporando criterios de sostenibilidad y pronunciándose acerca de los actos administrativos de la compañía.

Comité de Sostenibilidad Sodimac

Integrantes

- Gerente General
- Gerencia de Operaciones
- Gerencia Comercial
- Gerencia de Marketing
- Gerencia de Personas
- Gerencia de Sistemas
- Gerencia de Abasyecimineto y Logística
- Gerencia de Administración, Finanzas y Prevención
- Gerencia de Planificación Estratégica
- Gerencia de Asuntos Legales y Responsabilidad Social

Elaborar y coordinar estrategias orientadas a proteger y fomentar el patrimonio, la imagen y la responsabilidad social de Sodimac, con el fin de garantizar que las acciones que la empresa emprende y sus estrategias futuras cumplan con la normativa legal vigente y con normas internacionales, potenciando su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Gerencia Asuntos Legales y Responsabilidad Social

Funciones

Gerente de Asuntos Legales y Responsabilidad Social

- Gestionar el área legal de la compañía y desarrollar la política de responsabilidad social de Sodimac, incorporando los planes y acciones a la estrategia de sostentabilidad, alineada a ISO 26000, los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y la iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI).
- Coordinar el comité de sostenibilidad de Sodimac, que es integrado por los máximos ejecutivos de la empresa.
- Participar en organizaciones nacionales e internacionales que guían y promueven la sostenibilidad.

Coordinador de Responsabilidad Social

- Fomentar y facilitar en conjunto con las gerencias de la compañía, los planes de acción relativos a la política de Responsabilidad Social de Sodimac.
- Coordinar la elaboración del reporte de sostenibilidad de Sodimac.
- Participar en los organismos y alianzas de interés común para Sodimac.
- Mantener contacto directo con los diferentes públicos de interés de la compañía.

RELACIONES LABORALES

Trabajamos por ofrecer un espacio de desarrollo laboral, relaciones transparentes con los empleados y el respeto a la libertad sindical y el diálogo como mecanismo esencial de relacionamiento; participación y estilos de liderazgo modernos, con énfasis en el desarrollo y aprendizaje constante; bienestar integral, cuidado y seguridad de nuestros trabajadores, el respeto a la dignidad de las personas, la diversidad y fomentar un sano orgullo de pertenecer a Sodimac.

MEDIOAMBIENTE

Trabajamos por un desarrollo sostenible, por lo que procuramos disminuir los impactos medioambientales buscando el uso eficiente de los recursos en toda nuestra operación. Fomentamos la toma de conciencia y el ejercicio de prácticas de cuidado ambiental en nuestra organización, clientes y la comunidad.

APROVISIONAMIENTO RESPONSABLE

Tratamos a nuestros proveedores de manera transparente y justa, rigiéndonos por el marco general expresado en el documento Transparencia Comercial Sodimac (TCS); desarrollamos relaciones de largo plazo, como socios estratégicos de nuestra cadena de valor, realizando acciones que valoren, transfieran y prioricen la responsabilidad de nuestras empresas proveedoras en lo relativo a los aspectos económicos, sociales y ambientales, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común.

GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA EMPRESARIAL

Velamos por un comportamiento ético y transparente y por el cumplimiento normativo en nuestro desempeño económico, social y medioambiental, rigiéndonos por nuestro Sistema de Probidad Corporativa y viviendo los valores que se dan a conocer en la guía EticAcción para la gestión diaria de la compañía.

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Procuramos que nuestra actividad beneficie también a las comunidades donde estamos presentes, ampliando el acceso a productos y servicios a sectores de menores ingresos, permitiéndoles mejorar efectivamente su calidad de vida; generando ofertas innovadoras; ofreciendo capacitaciones a clientes y comunidad; potenciando la participación de nuestros trabajadores en voluntariado corporativo y estrechando alianzas con instituciones con las que compartimos intereses y objetivos comunes.

COMERCIO Y MARKETING RESPONSABLE

Ponemos al cliente en el centro de nuestro quehacer, asegurando la disponibilidad, la calidad y la seguridad de nuestros productos; respetando sus derechos y atendiendo sus expectativas; cumpliendo nuestras promesas; aplicando políticas comerciales justas y transparentes, entregando información clara y completa y con la mejor experiencia en servicio.

Plan estratégico Sodimac

Sodimac se ha planteado una serie de objetivos y metas, que forman parte de un proceso de planificación estratégica elaborado con la participación activa de sus distintos estamentos, que procura el mejoramiento continuo.

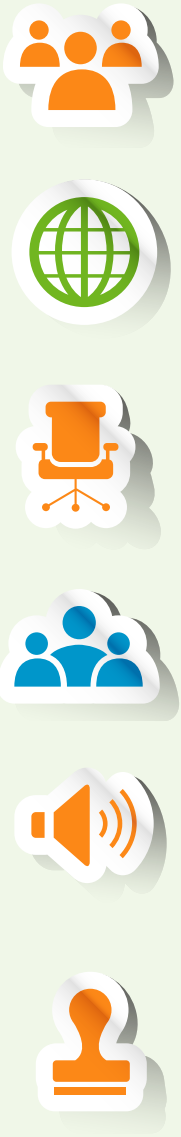
Lineamientos estratégicos de Sodimac al 2015:

- Continuar creciendo en ventas.
- Mejorar el resultado antes de impuestos.
- Mantener un excelente nivel de recordación de la marca.
- Ser la empresa más admirada y querida por sus consumidores y trabajadores.
- Ser reconocida como una empresa socialmente responsable.
- Mejorar el indicador de rotación de personal.
- Modernizar e incorporar más activamente la tecnología e internet a toda su operación.

Metas de sostenibilidad al 2015

En 2012, Sodimac ha continuado el seguimiento de los objetivos y metas de responsabilidad social al 2015. Para esto, hemos utilizado una metodología alineada a ISO 26000 que en el periodo anterior arrojó un 90% de cumplimiento de las materias fundamentales (gobierno organizacional, derechos humanos, prácticas laborales, medioambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad).

Para abordar las brechas detectadas en estas materias, se ha iniciado un trabajo con cada una de las gerencias de la compañía, que nos ha permitido enfocar los programas más relevantes en responsabilidad social, identificando los indicadores para el seguimiento, cuyos resultados serán reportados en el próximo periodo.



PILAR ESTRATÉGICO	OBJETIVO	META 2015
Relaciones laborales	Cultivar un bienestar integral, fomentando la capacitación y desarrollo laboral para promover un buen clima laboral.	Ser considerada la mejor empresa de retail para trabajar, según el estudio Great Place to Work.
Medioambiente	Evaluar y mitigar nuestros impactos ambientales y promover el uso eficiente de los recursos y cuidado del medioambiente en nuestra organización, clientes y comunidad.	100% de las nuevas tiendas utilizan estándares de construcción sustentable y uso eficiente de los recursos, logrando reducir los gases de efecto invernadero.
Gobierno corporativo y ética empresarial	Promover la conducta ética en todos los niveles de la organización, a través del Programa de Probidad Corporativa de Sodimac.	100% de los trabajadores capacitados en el Programa de Probidad Corporativa, aplicando los valores de responsabilidad, excelencia, integridad y respeto.
Compromiso con la comunidad	Ser un buen ciudadano corporativo con vínculo estrecho con la comunidad, aportando al desarrollo y calidad de vida de las localidades en las que estamos presentes.	100% de las tiendas desarrollan programas comunitarios que colaboren con el crecimiento de la comunidad, a través de proyectos locales y alianzas público-privadas.
Comercio y marketing responsable	Asegurar la calidad y seguridad de nuestros productos, centrándonos en la escucha de nuestros clientes con el fin de brindarles un servicio de excelencia.	Ser la empresa de retail más querida y respetada por los clientes, según estudio de Reputación Corporativa.
Aprovisionamiento responsable	Lograr relaciones estratégicas con nuestros proveedores basadas en el diálogo y la confianza para promover la adopción de estándares de sostenibilidad en sus negocios.	100% de los proveedores sensibilizados en producción responsable, adoptando estándares sociales, ambientales y de cumplimiento establecidos en el marco normativo Transparencia Comercial Sodimac.

Hitos de la sostenibilidad 2012

ÉTICA EMPRESARIAL

- La consultora Prelafit Compliance certificó el Sistema de Gestión Ética de Sodimac que entre sus objetivos busca prevenir las infracciones señaladas por la Ley 20.393.

PREVENCIÓN

- La Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) entregó el certificado que acredita a Sodimac en el Sistema de Gestión Preventiva y el avance en la reducción de su tasa de accidentabilidad laboral.

CALIDAD DE VIDA

- Como parte de su compromiso por mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, Sodimac lanzó el programa de alimentación saludable "+Sano ¡Qué rico es comer así!", iniciativa patrocinada por el programa Elige Vivir Sano del Gobierno de Chile y que cuenta con la asesoría de la empresa Aramark.

PROVEEDORES

- Sodimac lanzó el Centro de Innovación para proveedores, iniciativa que busca sistematizar la innovación para encontrar negocios diferenciadores bajo el concepto de la co-creación, que permitirán satisfacer las necesidades de los clientes.

COMERCIO JUSTO

- Se desarrolló el proyecto "Manos de mi Tierra", iniciativa piloto en Homy Las Condes, que busca entregar una oportunidad comercial a los pequeños artesanos nacionales. Esto a través de una alianza público privada que cuenta con el apoyo de FOSIS y la organización Comparte.

COMUNIDAD

- Sodimac incorporó el estudio Pulso de Comunidades en las tiendas inauguradas en 2012, que permite conocer las inquietudes de la comunidad respecto del impacto que provoca la apertura o remodelación de tiendas entre las personas que habitan dentro de su zona de influencia.

MEDIOAMBIENTE

- Todas las tiendas inauguradas durante 2012 en Chile (los Homecenter Sodimac de Alto Hospicio, Tobalaba, San Fernando, Mirador Bío Bío y Talca Poniente, además de dos Homy y el nuevo edificio corporativo), se construyeron bajo estándares de construcción sustentable, utilizando equipos de iluminación y tecnología que permiten una adecuada eficiencia energética en sus instalaciones.

- Para incentivar el reciclaje en la comunidad, Sodimac lanzó una campaña innovadora denominada "Recicla y Acumula CMR Puntos", consistente en otorgar un puntaje extraordinario a los clientes que reciclen sus residuos en los Puntos Limpios de las tiendas.

Premios y reconocimientos

GRI
2.10

- **Premio Sofofa-RSE, otorgado por la Sociedad de Fomento Fabril y revista Capital.**

- **Premio Empresa Ejemplar RSE Cemefi-México**

- **Premio SENCE Más capacitación a jóvenes en 2012.**

- **Premio SENCE-Fundación Tacal Empresa Inclusiva 2011-2012.**

- **6° lugar Ranking Nacional de Empresas Socialmente Responsables, de Fundación PROhumana.**

- **6° lugar Ranking Latinoamericano de Reputación de Marca, elaborado por BrandZ/Millward Brown.**

- **7° lugar Premio Chile 3D, Marcas y Estilo de Vida, concedido por diario La Tercera y Collect GfK.**

- **9° lugar Ranking de Reputación Corporativa, elaborado por Hill&Knowlton Captiva y diario La Tercera.**

- **13° lugar Ranking de Empresas más Responsables y con Mejor Gobierno Corporativo, del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa.**

- **17° lugar Ranking 100 Empresas con Mejor Reputación Corporativa, del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa.**

Nuestras Alianzas

En nuestra compañía consideramos relevante la generación de alianzas, el establecimiento de relaciones con diferentes organizaciones gremiales y la participación en el desarrollo de Políticas Públicas. En este sentido, aportamos con nuestra experiencia y conocimiento, participando en diversas mesas de trabajo donde hemos impulsado el acuerdo para el ahorro de energía a través de la Agencia Chilena de Eficiencia Energética, AChEE; suscribimos e integramos la Red contra el Trabajo Infantil organizada por la OIT, Pacto Global Chile y AcciónRSE; y además formamos parte del Observatorio del Consumo, iniciativa del Sernac que busca articular a diferentes actores sociales entorno a los consumidores.

Ámbito de acción:

Asociaciones gremiales

Sodimac forma parte de diversas asociaciones gremiales, cuyo ámbito de acción está directamente relacionado con las actividades comerciales que realiza la empresa. A través de ellas, contribuye al desarrollo y perfeccionamiento de los rubros comercio, construcción e industria publicitaria desde su perspectiva como avisador.

Estas entidades son:

- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, CNC (www.cnc.cl).
- Cámara de Comercio de Santiago, CCS (www.ccs.cl).
- Cámara Chilena de la Construcción, CChC (www.cchc.cl).
- Asociación Nacional de Avisadores, Anda (www.anda.cl).

Ámbito de acción:

Responsabilidad social y sostenibilidad

La empresa también se ha integrado a iniciativas locales y globales que fomentan la responsabilidad social y el desarrollo sostenible:

- Pacto Global de las Naciones Unidas (www.pactoglobal.cl).
- ISO 26000 (www.iso.org).
- Acción RSE (www.accionrse.cl).
- Fundación PROhumana (www.prohumana.cl).

Ámbito de acción:

Gobierno corporativo y ética empresarial

Otro frente del que Sodimac se ha hecho parte, dice relación con organizaciones enfocadas en fortalecer los gobiernos corporativos y la ética empresarial y la transparencia con el cliente::

- Chile Transparente (www.chiletransparente.cl).
- Generación Empresarial (www.generacionempresarial.cl).
- Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (www.conar.cl).
- Servicio Nacional del Consumidor (www.sernac.cl)

Ámbito de acción:

Relaciones laborales

La compañía igualmente trabaja en conjunto con entidades que promueven ambientes de trabajo saludables y exentos de riesgos, así como una sana convivencia laboral y la igualdad de oportunidades:

- Asociación Chilena de Seguridad, ACHS (www.achs.cl).
- Great Place to Work Institute Chile, GPTW (www.greatplacetowork.cl).
- Servicio Nacional de la Mujer, Sernam (www.sernam.cl).
- Ministerio de Salud, Minsal (www.minsal.cl).

Ámbito de acción:

Medioambiente

A través de sus alianzas en este ámbito, Sodimac potencia sus esfuerzos en materia de sustentabilidad, protección del medioambiente y mitigación de sus emisiones:

- Fundación Chile (www.fundacionchile.cl).
- Agencia Chilena de Eficiencia Energética, AChEE (www.acee.cl).
- Chile Green Building Council (www.chilegbc.cl).
- Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica (www.ineh.cl).

Ámbito de acción:

Comunidad

Sodimac colabora activamente con diversas organizaciones que generan un espacio de fomento y apoyo a negocios inclusivos, así como a la innovación; trabajan a favor de la erradicación de la pobreza, y asisten a menores en sus procesos de rehabilitación y recuperación.

- Laboratorio de Emprendimiento e Innovación Social LEIS (www.leischile.com).
- Un Techo para Chile (www.untechoparachile.cl).
- Teletón (www.teleton.cl).
- Fundación Nuestros Hijos (www.fnh.cl).
- Fundación Junto al Barrio (www.juntoalbarrio.cl).

Nuestra Visión

Ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción que, mejorando la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, clientes, trabajadores y proveedores en América.

Nuestra Misión

Desarrollarnos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría, al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes.

Nuestros Valores

Son la base que marca nuestras relaciones y la forma de hacer negocios. Nuestros valores representan aquello en lo que creemos, trazan el camino que nos permite llevar adelante nuestra misión. Constituyen los principios, objetivos y prioridades estratégicas sobre los cuales se construye nuestra empresa.

Responsabilidad

Cuidado y desarrollo de nuestra gente.
Responsabilidad social.

Excelencia

Excelencia en el servicio al cliente.
Espíritu emprendedor e innovador.
Rentabilidad para los accionistas.

Integridad

Honestidad.
Transparencia.

Respeto

Diversidad.
Trabajo en equipo.

Historia de Sodimac

Durante 2012, se celebró un hecho relevante para la empresa y sus trabajadores: Sodimac conmemoró sus seis décadas de existencia, período en el cual se ha transformado en la principal compañía de su rubro en Chile, procurando dar respuesta a las necesidades de sus clientes empresas, maestros especialistas y familias chilenas, con un modelo que, además, desde la década del 90 se internacionalizó llegando a Colombia, Perú y Argentina.

El origen de Sodimac se remonta a la década del 40, cuando un pequeño grupo de empresarios de la construcción, liderado por Walter Sommerhoff, formó Sogeco. La naciente firma abrió su primera oficina como sociedad anónima en Valparaíso, enfocada principalmente en crear un sistema de distribución eficiente para las necesidades del gremio. Posteriormente, por el desabastecimiento que la Segunda Guerra Mundial generó en el país, la Cámara Chilena de la Construcción vio la urgente necesidad de formar una cadena nacional dedicada a distribuir materiales de obra gruesa y estabilizar los precios. Así, en 1952 se creó Sodimac, con una estructura de cooperativa con numerosas sucursales a lo largo de Chile.

Sin embargo, la recesión de los años 80 golpeó duramente a esta cooperativa, al punto de ser declarada en quiebra. Fruto de un proceso de licitación, José Luis Del Río Rondanelli adquirió en 1982 el control de la compañía, constituyéndose Sodimac S.A. De esta forma, comenzó una nueva etapa de desarrollo y crecimiento, que estuvo marcada -asimismo- por la incorporación de la empresa, en 2003, como filial al grupo SACI Falabella.

La particular historia de Sodimac ha contribuido a formar una cultura distintiva de empresa, austera, involucrada en los problemas que afectan al país y preocupada por las personas que conforman la organización.

Estos 60 años han estado marcados por una serie de hitos:

1952:

- Nace Sodimac en Chile, como una cooperativa abastecedora de empresas del rubro de la construcción.

1982:

- Empresas Dersa compra los activos operacionales de Cooperativa Sodimac y forma la Sociedad Sodimac.

1988:

- La empresa introduce el formato de venta al detalle Homecenter para satisfacer en un solo punto de venta, las necesidades de mejoramiento del hogar.

1992:

- Se crea el formato Sodimac Constructor, dirigido a contratistas, maestros especialistas y pequeñas empresas constructoras.

1994:

- Con la apertura de un primer Homecenter en Colombia, Sodimac da inició a su internacionalización.

2003:

- Sodimac S.A. se integra como filial del grupo SACI Falabella.

2004:

- Se profundiza la internacionalización de Sodimac con la apertura de las primeras tiendas en Perú.

2007:

- La empresa complementa su oferta a especialistas con la compra del 60% de la cadena Imperial, enfocada en dicho mercado.

2008:

- Sodimac inaugura su primer Homecenter en Argentina.
- Recibe el premio Carlos Vial Espantoso como reconocimiento a sus buenas relaciones laborales.

2009:

- Se inaugura Homecenter Copiapó, primera tienda del rubro en Latinoamérica en obtener la certificación LEED del US Green Building Council (USGBC).
- Se lanza Homy, un nuevo formato que busca masificar el diseño y la decoración.

2010:

- Sodimac Chile es la primera firma de retail en América Latina en lograr la máxima calificación internacional en reportes de sostenibilidad: Nivel A+ GRI Checked, con verificación externa.
- Sodimac es una de las primeras empresas de la región en adherir y comenzar a implementar los lineamientos de la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.

2011:

- Generación Empresarial otorga a Sodimac Chile el premio Ricardo Claro Valdés por su activo compromiso en la difusión e integración de valores éticos dentro de su cultura organizacional.
- La empresa inicia la medición de su huella de carbono, incorporando en ella los impactos de clientes y proveedores.

2012:

- Homecenter Manizales en Colombia se transforma en la primera tienda de América Latina, y una de las 10 del mundo en el rubro retail, en obtener la certificación LEED NC-Retail, en la Categoría Oro, por parte del U.S. Green Building Council (USGBC).
- Sodimac lanza en Chile su Centro de Innovación, iniciativa que busca sistematizar la innovación con los actuales proveedores para encontrar negocios diferenciadores bajo el concepto de la co-creación.
- La Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa) y Revista Capital otorgan a Sodimac el primer lugar del Premio Sofofa-RSE.
- La consultora Prelafit Compliance certificó el Sistema de Probidad de Sodimac.

SODIMAC

Propiedad

Sodimac forma parte del grupo Falabella, uno de los principales conglomerados de retail de América Latina.

El grupo SACI Falabella controla el 100% de la propiedad de Sodimac, a través de las sociedades Home Trading S.A. e Inversiones Parmin SpA.

Home Trading S.A.

99,9999986%

17.758.157.950 acciones

Inversiones Parmin SpA

0,0000014%

252 acciones

Total de acciones

17.758.158.202

(Cifras al 31 de diciembre 2012)
Más información en sitio www.sodimac.cl (nuestra empresa/capítulo inversionistas)

Sodimac en América Latina

En 2012, Sodimac siguió consolidándose como la cadena líder de Latinoamérica en comercialización de materiales de construcción y productos para el mejoramiento del hogar. Durante el período, cerró el año con 135 tiendas y una superficie de ventas de 1.162.510 m2 en los cuatro países donde está presente (Chile, Colombia, Perú y Argentina).

La expansión internacional comenzó en 1994 cuando, en asociación con el grupo Corona, Sodimac ingresó al mercado colombiano, proceso que se profundizó con el inicio de operaciones en Perú en 2004 y con la apertura en Argentina en 2008.

La inversión en estos países se concreta a través de filiales del grupo Falabella, al cual Sodimac pertenece, y se desarrolla una gestión coordinada de las operaciones en los diferentes mercados.

GRI
2.5
2.8

COLOMBIA			
	2010	**2011**	**2012**
Puntos de venta	20	23	29
Trabajadores	4.336	5.199	5.834
Superficie de venta (m2)	202.475	236.200	295.616
PERÚ			
	2010	**2011**	**2012**
Puntos de venta	16	17	18
Trabajadores	3.999	3.988	4.306
Superficie de venta (m2)	123.805	131.567	136.922
ARGENTINA			
Puntos de venta	6	6	7
Trabajadores	1.196	1.106	1.319
Superficie de venta (m2)	65.185	65.185	74.785

Fuente: Sodimac.

Durante 2012, se realizó un Diagnóstico ISO 26000, que tuvo como propósito evaluar el alineamiento de políticas, procedimientos y prácticas de cada unidad de negocio a las expectativas de esa norma internacional a la que adhiere Sodimac. Esta medición indicó que la empresa, a nivel corporativo, presenta prácticas alineadas tanto a los Principios como a las Materias Fundamentales de Responsabilidad Social establecidas en esa norma, con un promedio ponderado de 78% de cumplimiento y 76% de cumplimiento de las expectativas, respectivamente. Este proceso permitió identificar una serie de oportunidades de mejora para seguir cerrando brechas en diferentes ámbitos en los cuatro países.

En cada mercado, la empresa concibe su crecimiento como un avance continuo pero respetuoso con el entorno, involucrada con las necesidades de la comunidad y atenta a la calidad de vida y desarrollo de quienes se desempeñan en la organización.

Siguiendo esta premisa, Sodimac se esfuerza por lograr un ambiente laboral grato, que potencie las capacidades y el desarrollo de las personas, lo que se vio reflejado en los lugares destacados que la empresa logró en 2012 en los ranking Great Place to Work (GPTW) de Perú y Ar-

gentina -5º y 7º, respectivamente-, siendo la firma de retail mejor posicionada en esta medición en ambos países. Sodimac Colombia, por su parte, también registró un significativo progreso en el clima interno, avanzando casi 10 puntos en la medición de 2012.

A lo largo de la región, destacó además el esfuerzo por medir y mitigar el impacto ambiental de la operación de Sodimac. En lo referente a construcción sustentable, el hito de mayor relevancia fue el reconocimiento que Homecenter Manizales, en Colombia, recibió por parte del US Green Building Council como la primera tienda LEED categoría "Oro" en Latinoamérica y la décima en el mundo en el segmento "New Construction Retail".

Desarrollo operativo de Sodimac Chile

Sodimac tiene 67 puntos de venta distribuidos en 33 ciudades a lo largo de Chile.

	2010	2011	2012 (*)
Puntos de venta	58	60	67
Trabajadores	16.407	17.224	20.400
Superficie total (m2)	506.273	529.314	588.809

Fuente: Sodimac. (*) Se excluyen los locales de la cadena Imperial.

Industria

La industria del sector de Mejoramiento de Hogar y de Materiales de Construcción en Chile ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, siendo Sodimac uno de sus principales protagonistas. Durante el periodo, este mercado alcanzó en el país, de acuerdo a estimaciones de la compañía, alrededor de US$10.815 millones (aproximadamente un 5,4% del PIB). El mercado ha crecido cerca de un 4,4% anual promedio desde el año 2000.

En esta industria, se pueden distinguir los siguientes tres segmentos:

- Mejoramiento del Hogar.
- Reparación y Mantención.
- Obras Nuevas.

El modelo de negocios de Sodimac

Para desarrollar su negocio, la empresa ha implementado una estrategia de segmentación de mercado, basada en diferentes tipos de formato de ventas y servicios complementarios ofrecidos a los clientes.

IMPERIAL **Nota: adicionalmente, Sodimac opera 14 tiendas bajo el formato especialista de su filial Imperial. Para más información, ver capítulo de Imperial de la Memoria Anual (www.sodimac.cl).**

Investigación y desarrollo

Sodimac ha liderado la importación y el desarrollo de tecnología aplicada al retail. Los esfuerzos en ese sentido se concentran en la generación de modelos innovadores de venta y marketing, así como en el aprovechamiento de los últimos avances de la industria de las comunicaciones, transportes, almacenamiento, manejo de materiales y TI. Paralelamente, se pone foco en elevar la cobertura de tiendas, mejorando la infraestructura ya existente y desarrollando nuevos formatos de negocios.

Con el objetivo de mantener este liderazgo, Sodimac invierte anualmente en la implementación de sistemas de información, abastecimiento, distribución y almacenamiento de productos, sistemas de crédito a clientes, sistemas de ventas, exhibición de productos, desarrollo de importantes planes de capacitación y entrenamiento del personal.

Principales factores de riesgo del negocio

El consumo de las personas, principal fuente de ingresos de Sodimac, se ve afectado por la percepción del desempeño general de la economía. La inflación, el crecimiento, el desempleo, la tasa de interés y los ingresos, entre otros, son variables relevantes para determinar el gasto de los hogares.

Por otra parte, el segmento de obras nuevas tiene una estrecha relación con los ciclos económicos del sector construcción, lo que se debe a la incidencia de las inversiones en construcciones nuevas, ya sea de viviendas como de infraestructura pública y privada.

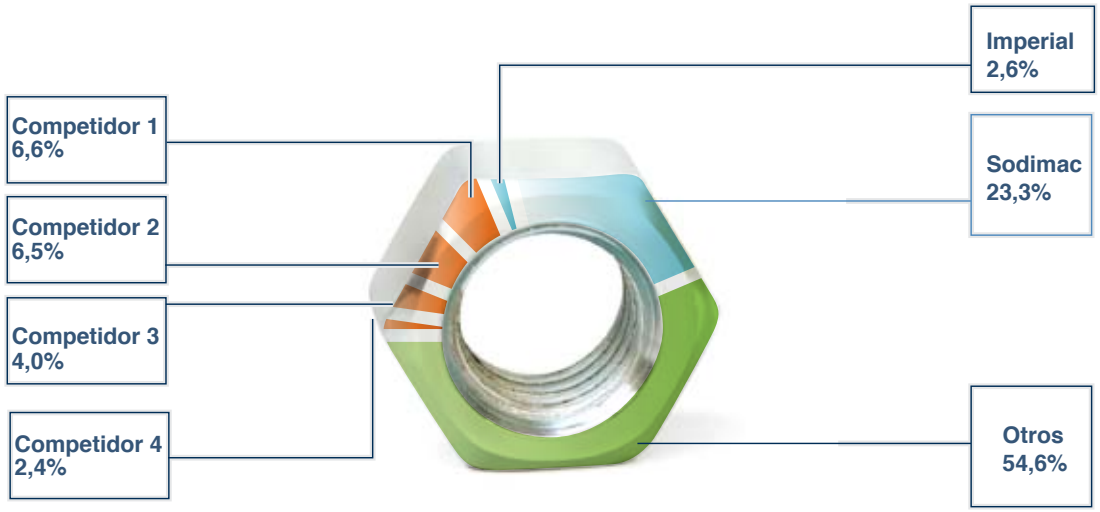
Bajo este contexto, los principales factores de riesgo de Sodimac están definidos por:

- Variación en los ciclos económicos.
- Variación en el sector comercio.
- Variación en el tipo de cambio.
- Riesgo de competencia.
- Riesgo inmobiliario.
- Riesgo reputacional.

Sodimac y su desarrollo en el mercado

GRI
1.2

La participación de mercado de Sodimac a diciembre de 2012, incluyendo Imperial, alcanza a 26%.



Nota: para las participaciones de mercado de Sodimac e Imperial, no se consideran las ventas interempresas. Sodimac no considera su filial de capacitación Traineemac, y Sodilog Ltda.
Fuente: estimaciones realizadas por la compañía e información de prensa.

Imperial

Durante 2012, Imperial continuó su expansión a más ciudades de Chile para seguir consolidándose como la principal cadena especialista en distribución de maderas y tableros. En el período abrió tres nuevas tiendas, la primera en Reñaca (Región de Valparaíso), otra en Talca (Región del Maule) y la última en la comuna de San Bernardo, en Santiago. De este modo, la compañía llegó a 14 tiendas, 7 de las cuales se localizan en la capital y el resto en distintas regiones del país, sumando una superficie de venta total de 66.381 m2.

Lo anterior da cuenta del exitoso plan de inversiones que se ha impulsado desde la incorporación de Imperial como filial de Sodimac en 2007, en cuya implementación se ha buscado tanto abrir nuevos puntos de venta como elevar los indicadores de eficiencia, con la aplicación de programas de mejoramiento continuo y planes piloto en el ámbito logístico, con el fin de entregar un servicio de mayor calidad a los clientes.

La empresa, además, siguió profundizando su modelo de negocio basado en la especialización y en brindar la mejor atención a los mueblistas. Esta constante búsqueda por mejorar la propuesta de valor para los clientes por medio de la innovación se tradujo en avances sustantivos en la línea de productos exclusivos de mueblería y diseño de interiores, poniendo un especial foco en quincallería, soluciones de borde y tableros, entre otros.

Asimismo, con el objetivo de mantener informados a los clientes, se lanzó el catálogo de tableros Imperial, el cual permite encontrar el más amplio surtido del mercado local, por lo que puede trasformarse en una potente herramienta de trabajo para los mueblistas, arquitectos, diseñadores y profesionales que dan su preferencia a la cadena.

Por otra parte, se mantuvo una política destinada a mejorar la calidad de vida de los 1.372 empleados de la empresa, enfatizando el respeto, la participación y la capacitación laboral. En ese sentido, se redefinieron la visión y la misión de la compañía que servirán de guía para el desarrollo y el crecimiento. Adicionalmente, Imperial siguió aplicando un sistema de incentivos que asocia las remuneraciones del personal a su desempeño, premiando a las personas que alcanzan niveles sobresalientes.

Estas iniciativas recibieron el reconocimiento del mercado. En 2012, el instituto profesional Inacap otorgó a Imperial el premio "Desarrollo Capital Humano", en tanto que la Asociación Chilena de Industrias Metalúrgicas y Metalmecánicas (Asimet) galardonó a la compañía con el premio "Compromiso con la Capacitación". Ambas distinciones constituyen un estímulo para seguir avanzando en este ámbito.

Política de compras

Sodimac considera a las más de 3.000 compañías de los más variados rubros y tamaños que integran su base de proveedores como una prolongación de su negocio y de su organización. Ejecutivos de la empresa recorren permanentemente diversos mercados buscando los mejores productos y proveedores. Esta estrategia va más allá de la variable precio, incluyendo factores como continuidad del fabricante, su mejoramiento continuo, la calidad y seguridad de sus productos y su responsabilidad social, apuntando a un encadenamiento estratégico que se funde en el aprovisionamiento sustentable. La compañía procura articular con sus proveedores relaciones que favorezcan una coordinación eficiente, complementariedad de capacidades, innovación, producción asegurada y sensibilidad para atender las necesidades de los clientes. Se aplica la misma política en Chile, de donde proviene el 80% de las compras.

Nuestros productos y marcas propias

En la actualidad, es usual en el sector que un porcentaje importante de los productos de una tienda de mejoramiento de hogar y/o cadena minorista sea marcas propias. Este es el caso de Sodimac, donde el desarrollo de dichas marcas es fundamental para entregar mejores y más variados productos a sus clientes. En 2012, Sodimac siguió potenciando sus marcas propias, buscando mantener un portafolio de mejor calidad, presentación y empaque que brinde un real valor agregado a clientes y profesionales. Cabe destacar la labor efectuada en este sentido con las marcas Kölor, Topex, Home Collection y Bauker. Entre el portafolio de marcas propias de la empresa, sobresalen también D'acqua, Daiku, Fixser, Kaztelo, Holztek, Redline y Autostyle, entre otras.

Logística y distribución

La importancia de mantener un eficiente y oportuno abastecimiento de la creciente cadena de distribución, así como la necesidad de entregar los más altos estándares de servicio al menor costo, han llevado a Sodimac a invertir continuamente y desarrollar un proceso de optimización de su cadena de abastecimiento (supply chain). Sodimac posee dos centros de distribución con más de 100.000 metros cuadrados, con tecnología de punta, concentrando en un sólo lugar físico la operación logística requerida para abastecer la zona central. La compañía supervisa todo el proceso de suministro, desde la fabricación de los productos hasta que éstos llegan a las góndolas de las tiendas Sodimac, buscando eficiencias que deriven en menores costos para luego traspasarlos a los clientes.

Desempeño Económico

El año 2012 fue de crecimiento para la compañía, en el que Sodimac siguió reafirmando su liderazgo como la principal empresa de la industria en Chile, con una participación de mercado global que alcanza a 26%. Durante el período, los ingresos ascendieron a MM$1.591.852, lo que representó un crecimiento de 14,2% en relación con el ejercicio anterior, por una mayor actividad en todos los segmentos de mercado.

Junto a lo anterior, respondiendo al interés por entregar a los clientes los mejores productos a los precios más convenientes, Sodimac siguió potenciando sus marcas propias. El progreso fue notorio, recogiéndose así los frutos del esfuerzo realizado por el área de desarrollo de marcas propias que la empresa formó en anteriores ejercicios. La meta ha sido potenciar un portafolio propio de alta calidad, bien presentado y con un buen empaque, y al mismo tiempo otorgar más oportunidades de negocio a los proveedores.

Los resultados de esta política tienen que ver igualmente con los menores costos asociados y un mejor servicio, beneficiando directamente a los clientes, quienes han acogido favorablemente estas marcas, las cuales ya representan un porcentaje importante de las ventas.

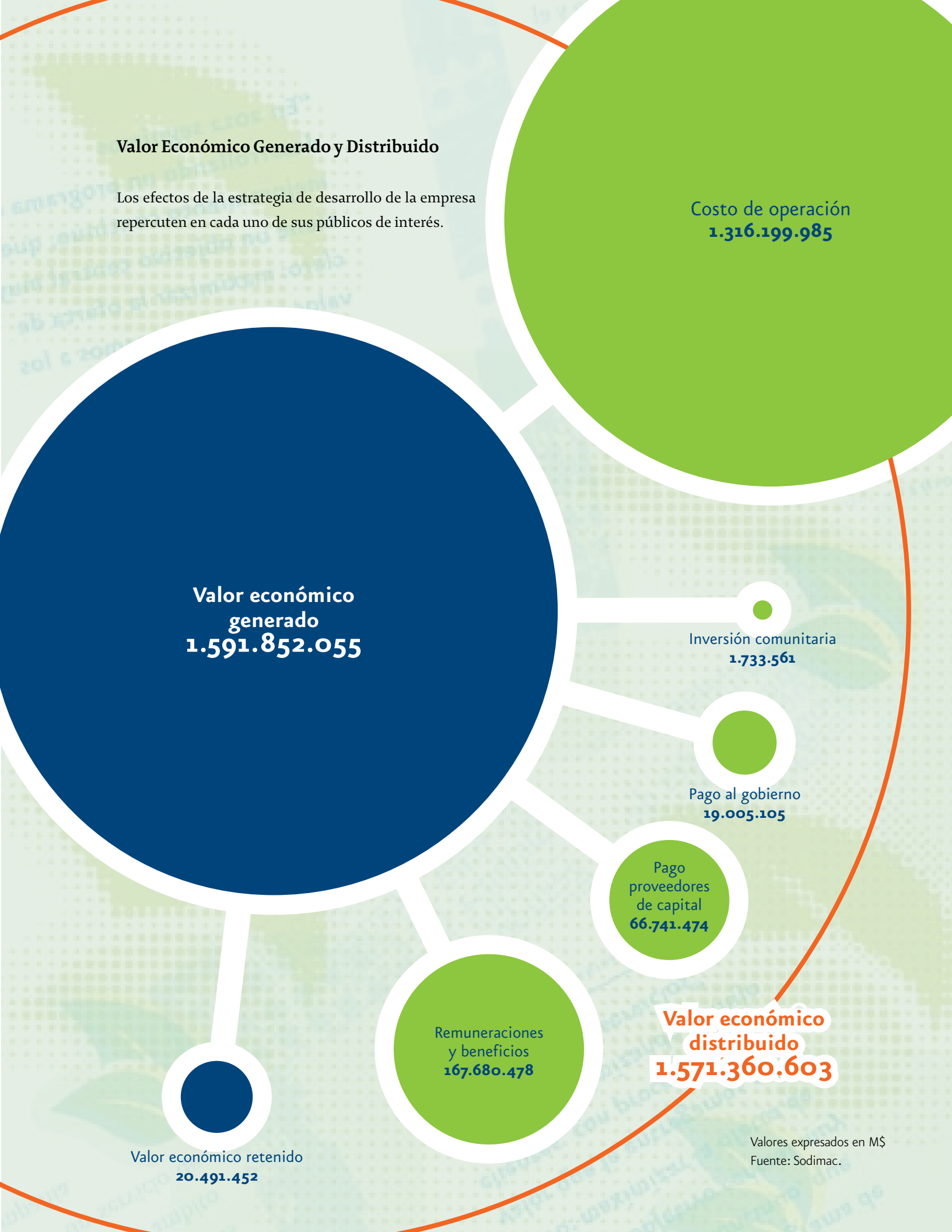
Otra de las líneas de acción seguidas durante el período se relacionó con la logística de la compañía y fue la optimización de la cadena de abastecimiento (supply chain). El proyecto consiste en supervisar todo el proceso de suministro, desde la fabricación de los productos hasta que éstos llegan a las góndolas de las tiendas Sodimac, buscando eficiencias que deriven en menores costos para luego traspasarlos a los clientes.

DESEMPEÑO ECONÓMICO (M$)	2012	2011	2010
Ingresos de explotación	1.591.852.055	1.393.722.623	1.241.003.053
Costos de explotación	1.133.748.192	992.215.111	881.438.551
Margen de explotación	458.103.863	401.507.512	359.564.502
Pago de dividendos	57.039.204	65.900.527	38.018.580
Utilidad del ejercicio	**83.833.883**	**85.828.764**	**79.369.850**

Fuente: Sodimac.

Valor Económico Generado y Distribuido

Los efectos de la estrategia de desarrollo de la empresa repercuten en cada uno de sus públicos de interés.



Valores expresados en M$
Fuente: Sodimac.

Proveedores: Costos operacionales

Los costos generados en el desarrollo de las operaciones de la empresa en 2012 ascendieron a MM$1.316.199, cifra menor al ejercicio 2011, que alcanzó MM$1.146.151. Esto incluye pago a proveedores en 2012 por MM$1.120.580 y los gastos por administración y ventas.

Trabajadores: Remuneraciones y beneficios

Durante 2012 los gastos en remuneraciones y beneficios ascendieron a M$167.680.478 millones, cifra mayor a la registrada en el período anterior, que fue de M$143.346.593, producto del incremento de dotación general.

Bancos, financieras y accionistas: Pagos a proveedores de capital

La empresa pagó por concepto de proveedores de capital M$66.741.474, cifra menor al ejercicio 2011, que alcanzó M$71.113.871. Éstos se distribuyeron en pagos a los accionistas propietarios de la empresa por M$57.039.204 y gastos financieros incurridos durante el año 2012.

Gobierno: Pagos e impuestos

Durante 2012, las operaciones de Sodimac pagaron al Estado un total de M$19.005.105 por concepto de impuestos sobre la ganancia, cifra menor al ejercicio 2011, que fue de M$ 20.621.708.

Comunidad: Aportes e inversiones

Las inversiones realizadas por Sodimac en diferentes proyectos durante 2012 y que impactaron positivamente en la comunidad, ascendieron a M$1.733.561. Éstos se invirtieron en diferentes programas como: Plan Buen Vecino-Sodimac en Acción, Becas CES, Teletón, Un Techo para Chile y Fundación Nuestros Hijos.

Asistencias financieras recibidas por el Gobierno

Durante el año 2012 Sodimac utilizó M$1.097.198 de franquicia SENCE para beneficiar y apoyar a sus trabajadores en ámbitos de formación y capacitación.

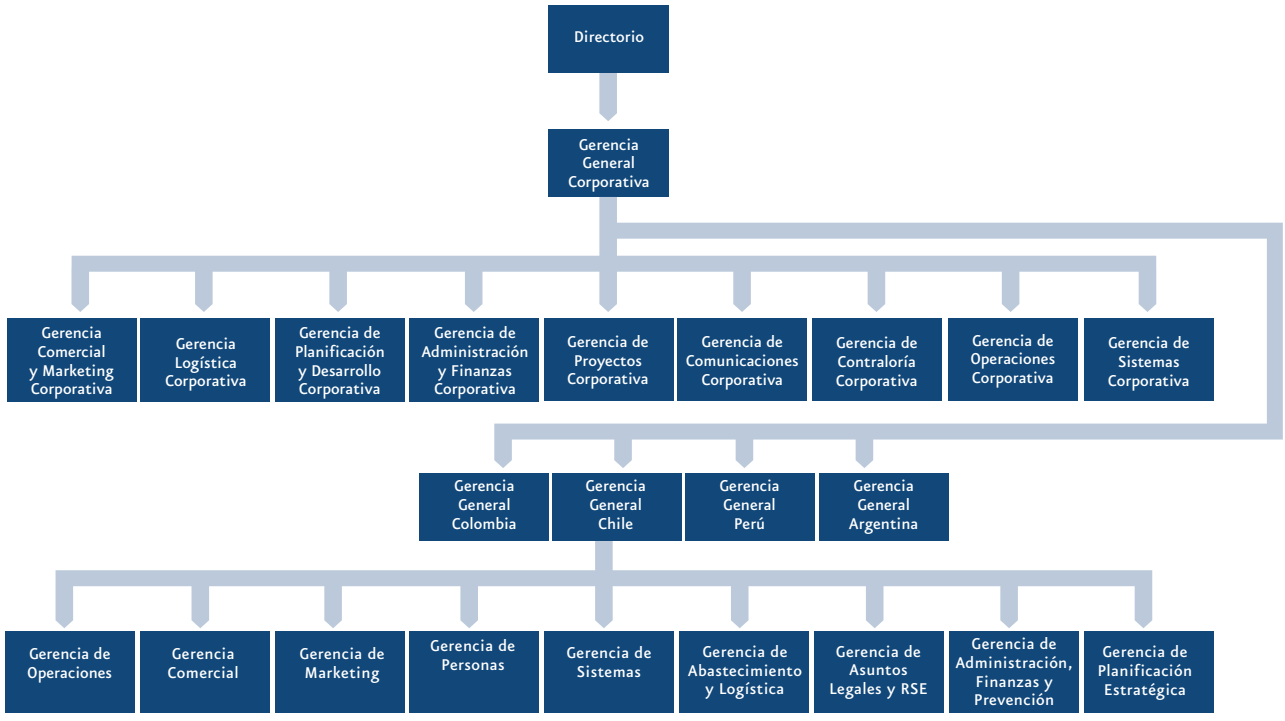
ASISTENCIA FINANCIERA DEL GOBIERNO (M$)	2012	2011	2010
Donaciones			
Franquicia Tributaria	121.129	89.767	49.215
Activo fijo			
Uso franquicia (tope UTM 650)	23.103	19.510	18.802
Crédito SENCE			
Certificado SENCE	1.097.198	926.698	876.297
Total	**1.241.430**	**1.035.975**	**944.114**

Fuente: Sodimac.

Gobierno Corporativo

La estructura de gobierno corporativo de Sodimac está encabezada por un directorio de nueve miembros, que establece los lineamientos generales que guían la conducción de la empresa, vela por su cumplimiento y responde de cara a los accionistas. También existe un Comité Ejecutivo Corporativo, a cargo de la expansión y supervisión del negocio a nivel internacional, y un Comité Ejecutivo de Sodimac Chile, que controla y gestiona el desarrollo económico, social y medioambiental de la compañía en el país.

Por otro lado, la Junta de Accionistas de la empresa tiene facultades, mecanismos y procedimientos técnicos y legales para nominar a los integrantes del directorio, que respondan a su confianza y cumplan con el nivel de exigencia, experiencia profesional y capacidad de gestión necesarias para orientar la estrategia de crecimiento de Sodimac. Con igual foco, evalúa anualmente la gestión y el desempeño del directorio, tomando en consideración las metas fijadas para el período en materia económica, social y medioambiental.



GRI
4.1
4.2
4.3
4.4
4.5
4.6
4.7
4.9
4.10
HR1
HR2
HR3
HR4
HR6
HR7
HR8
SO2
SO3
SO4
PG
1
2
6
10
ISO
6.2
6.3
6.4
6.6

Directorio

Es el máximo órgano ejecutivo de la empresa. Está constituido por destacados profesionales y emprendedores designados por los accionistas. Tres de sus integrantes conforman a su vez un comité de directores. Éste está integrado por Juan Carlos Cortés Solari, Jaime García Rioseco y Nicolás Majluf Sapag.

Juan Pablo Del Río Goudie

PRESIDENTE

ARQUITECTO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

RUT: 5.898.685-2

Juan Cuneo Solari

VICEPRESIDENTE

INGENIERO COMERCIAL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

RUT: 3.066.418-3

Juan Carlos Cortés Solari

INGENIERO COMERCIAL

UNIVERSIDAD DE NEVADA, EE.UU.

RUT: 7.017.522-3

José Luis Del Río Goudie

INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

RUT: 4.773.832-6

Jaime García Rioseco

ECONOMISTA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

RUT: 5.894.661-3

Carlos Heller Solari

EMPRESARIO

RUT: 8.717.000-4

Cecilia Karlezi Solari

EMPRESARIA

RUT: 7.005.097-8

Nicolás Majluf Sapag

INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

RUT: 4.940.618-5

Carlo Solari Donaggio

INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

RUT: 9.585.749-3

Procedimientos y regulaciones del directorio

Por política interna, ningún director desempeña cargos ejecutivos en la empresa, permitiendo la independencia en las decisiones del equipo ejecutivo en materia de gestión económica, social y medioambiental.

Los mecanismos de comunicación para hacer llegar indicaciones o propuestas se encuentran regulados por la Ley de Sociedades Anónimas. Esto admite que cualquier accionista pueda enviar una carta con sus inquietudes o solicitud de entrevista al máximo órgano de gobierno corporativo.

Los trabajadores, en tanto, mantienen canales de diálogo abiertos a través de sus representantes, quienes se encuentran en permanente contacto con los miembros del Comité Ejecutivo de Sodimac Chile, mediante el cual se canalizan las inquietudes o recomendaciones al directorio.

Cada uno de los directores percibió una dieta mensual de UF 30 líquidas por cada sesión a la que asistió y UF 300 líquidas en el caso del presidente. Esta asignación es informada en la memoria financiera de la empresa, cumpliendo con la normativa legal dispuesta por la Superintendencia de Valores y Seguros.

El directorio también supervisa el desempeño y la gestión de la compañía en los diferentes ámbitos por medio de los reportes entregados regularmente por el gerente general y los máximos ejecutivos en cada sesión del organismo.

A lo largo de su historia, Sodimac se ha caracterizado por ceñirse a estrictos lineamientos éticos y regirse por una gestión responsable. La empresa ha profundizado esta línea de acción con la adopción por parte del directorio y los comités Ejecutivo y Corporativo de Sodimac Chile, del modelo de Responsabilidad Social como una herramienta estratégica y transversal. Lo anterior se manifiesta formalmente en una política de compromiso con la sostenibilidad, que considera prestar atención y responder de manera oportuna a todos los públicos de interés de la empresa. Esta visión de negocios también se ve formalizada con la adhesión institucional a estándares internacionales de relevancia, entre ellos, el Pacto Global de las Naciones Unidas y la norma ISO 26000.

Remuneraciones principales ejecutivos

La plana gerencial de Sodimac -compuesta por gerentes del Comité Ejecutivo, gerentes y subgerentes de área y gerentes de negocios- percibieron durante el año 2012 remuneraciones e incentivos por un total de M$ 13.007.292.

En lo que respecta a las indemnizaciones pagadas a los ejecutivos, la cifra ascendió a M$74.918 en el ejercicio.

El sistema de incentivos implementado por la compañía constituye una herramienta de administración de la Gerencia General que busca alinear a los gerentes y ejecutivos en torno a los objetivos estratégicos definidos para el período considerado. Cabe destacar que los máximos ejecutivos de Sodimac reciben bonos de retribución de acuerdo al logro de metas económicas con vinculación a metas ambientales y sociales específicas.

Comité Ejecutivo Corporativo

La plana ejecutiva de Sodimac está encabezada por un gerente general corporativo, del cual dependen los gerentes generales de Sodimac Argentina, Sodimac Chile, Sodimac Colombia y Sodimac Perú.

A su vez, éste lidera un Comité Ejecutivo Corporativo, cuya misión es lograr en estos cuatro países un crecimiento balanceado con buenas prácticas, aplicando las sinergias de una operación a escala internacional, respetando la cultura y las especificidades propias de cada uno. Esta estructura permite una dirección del negocio ágil y eficiente en apoyo a la política de internacionalización que desarrolla Sodimac.

Tanto Sodimac Chile como su filial Imperial tienen, además, sus respectivos comités ejecutivos, que controlan y gestionan el desarrollo económico, social y medioambiental de la compañía.

Enrique Gundermann Wylie
Gerente General Corporativo
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 9.900.567-K

Francisco Cerda Pe
Gerente de Planificación
y Desarrollo Corporativo
Ingeniero Comercial
Rut: 9.679.634-K

Nicolás Cerda Moreno
Contralor General Corporativo
Ingeniero Comercial
Rut: 5.894.587-0

Octavio Donoso Alarcón
Gerente de Sistemas
Corporativo
Ingeniero Civil
Rut: 9.808.402-9

Francisco Errázuriz López
Gerente de Logística
Corporativo
Ingeniero Civil
Rut: 12.032.587-6

Alejandro Hörmann Orezolli
Gerente de Comunicaciones
Corporativo
Publicista
Rut: 8.596.614-6

Eduardo Isaacson Plaza
Gerente de Proyectos Corporativo
Arquitecto
Rut: 21.448.467-6

Daniel Lazo Varas
Gerente de Administración
y Finanzas Corporativo
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 7.018.340-4

Alejandro Natho Gamboa
Gerente de Operaciones Corporativo
Ingeniero Naval Mecánico
Rut: 7.528.609-0

Francisco Torres Larraín
Gerente Comercial
y de Marketing Corporativo
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 7.006.016-7

Comité Ejecutivo Sodimac Chile

Se trata de la instancia encargada de dirigir el desempeño económico, social y medioambiental de Sodimac en Chile. Este comité lleva a cabo una reunión semanal de seguimiento y realiza trimestralmente un track de planificación estratégica, informando los resultados de las diferentes gerencias, los que finalmente son comunicados al directorio por el gerente general.

La selección de los profesionales de cada área responde a una descripción de cargo y manejo de competencias específicas, entre las que se incluye experiencia en las áreas social y medioambiental, según la necesidad de la posición.

Adelante de izquierda a derecha:

Fernando Valenzuela del Río
Gerente de Administración, Finanzas y Prevención
Ingeniero comercial
Rut: 9.571.294-0

Felipe Pesce Suárez
Gerente de Abastecimiento y Logística
Ingeniero civil en transporte
Rut: 7.211.322-5

Eduardo Mizón Friedemann
Gerente General
Ingeniero civil industrial
Rut: 9.586.083-4

Claudia Castro Hruska
Gerente de Planificación Estratégica
Ingeniero comercial
Rut: 9.122.599-9

Danny Szántó Narea
Gerente Comercial
Ingeniero civil industrial
Rut: 7.979.722-7

María Teresa Herrera Azócar
Gerente de Marketing
Publicista
Rut: 8.002.863-6

Atrás de izquierda a derecha:

Sergio Brito Peñaloza
Gerente de Sistemas
Ingeniero Civil
Rut: 11.626.284-3

Juan Carlos Corvalán Reyes
Gerente de Asuntos Legales y RSE
Abogado
Rut: 8.662.785-K

Sergio Dittborn Barros
Gerente de Personas
Ingeniero civil industrial
Rut: 5.892.111-4

Osvaldo García Dans
Gerente de Operaciones
Abogado
Rut: 14.711.089-8

Ética empresarial

Sodimac da especial importancia al cumplimiento de los derechos civiles, laborales y políticos de las personas, y procura actuar y desarrollar su negocio de acuerdo a estrictos parámetros éticos.

La empresa estima que la sostenibilidad de sus actividades pasa por instalar y fortalecer los mecanismos que salvaguarden el respeto de los derechos humanos en toda su expresión, de los valores y los principios éticos, y el rechazo a las prácticas de corrupción. Por lo mismo, ha desarrollado la política de Transparencia Comercial Sodimac (TCS). Ésta constituye el marco regulatorio basado en principios éticos que guían la relación con el 100% de los proveedores, procurando proyectarla en el largo plazo y potenciando el intercambio de buenas prácticas y conocimientos de producción responsables (más Información en el capítulo Nuestros Proveedores).

Adicionalmente, la compañía adhiere y participa en iniciativas nacionales e internacionales que promueven, estandarizan y fomentan la comunicación de los principios y valores de la sostenibilidad: Pacto Global de las Naciones Unidas, Chile Transparente, ISO 26000, Acción RSE, PROhumana, Generación Empresarial y Global Reporting Initiative (GRI). Para lograr la promoción de estos principios éticos entre sus trabajadores, proveedores y clientes, Sodimac ha instituido un conjunto de instrumentos que sirven de base y orientación para las buenas prácticas y conductas a lo largo de su cadena de valor.

En materia de gestión ética e integridad corporativa, en 2012 se operó bajo el Sistema de Gestión Ética lanzado en 2010, que contempla un mecanismo con representación y estructura formal en los distintos niveles de la empresa, incluido el directorio.

Normativa ética en Sodimac

Código de Ética

Sodimac se rige por los parámetros de su Código de Ética, sintetizado y explicado de manera simple en la guía práctica denominada EticAcción, en la cual se consagran claramente los derechos que amparan a cada uno de los miembros de la compañía y las obligaciones que deben observar, independientemente de la función que cumplan dentro de la empresa. Su redacción permite una rápida comprensión por parte de todos los trabajadores, con ejemplos ilustrativos que sirven como orientación frente a dilemas éticos que pudieran enfrentar.

Este código es entregado a cada trabajador por su jefe directo, para su lectura y posterior firma, la que acredita que está en conocimiento de las normas éticas de la organización y se compromete a su total cumplimiento.

Reglamento de Orden, Higiene y Seguridad

Además de EticAcción, Sodimac cuenta con un Reglamento de Orden, Higiene y Seguridad, válido para el personal interno y externo, donde figuran los principios que rigen en términos de conducta ética, derechos y obligaciones, confidencialidad, seguridad laboral, probidad, relaciones con las autoridades y con la comunidad, entre otros. Este reglamento es entregado a cada trabajador al momento de incorporarse a la empresa.

En este contexto, la empresa cuenta con un mecanismo interno claro y objetivo -cuyos detalles se encuentran disponibles en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad- para canalizar las denuncias e investigación de presuntos casos de acoso sexual. Cabe destacar que en 2012, se recibieron 12 denuncias internas en tal sentido (9 en 2011), las cuales terminaron con 8 causas absueltas y en 4 casos con el término del contrato. Es importante destacar que todas las causas son informadas y entregados los antecedentes analizados por la Comisión Investigadora a la Inspección de Trabajo que corresponda, quien, en todos los casos, ha señalado que la investigación interna de Sodimac cumplió con los requisitos establecidos en la ley, sin reparos de parte de dicho organismo.

Transparencia Comercial Sodimac - proveedores

Sodimac ha definido que sus relaciones comerciales con los proveedores deben desarrollarse en un marco de ética y transparencia. Para este fin, se elaboró un documento público denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS), que norma estos principios y puntualiza que la Contraloría de Sodimac es la entidad interna a cargo de garantizar el cumplimiento de este esquema normativo. Durante 2012, dicha gerencia recibió 6 casos de proveedores, los cuales fueron acogidos, analizados y resueltos.

Programa Probidad Corporativa Sodimac

Como fruto de una labor que viene desarrollándose desde fines de 2008, la empresa tiene en marcha un Programa de Probidad Corporativa, que ha contado con la asesoría de Chile Transparente, la Universidad Alberto Hurtado y Gestión Social, cuyo objetivo ha sido identificar, prevenir y abordar eventuales casos que puedan dañar la seguridad, imagen y sostenibilidad de Sodimac, y la confianza que en ella depositan trabajadores, clientes, inversionistas, proveedores y la comunidad en general.

Durante 2012, el Sistema de Gestión Ética de Sodimac, lanzado en diciembre de 2010, siguió consolidándose, otorgando un mecanismo que asegura formalmente una adecuada investigación de cada hecho denunciado, su registro y la información de sus resultados, con representación y estructura formal en los distintos niveles de la compañía, incluyendo al directorio. Cabe señalar que el Sistema de Gestión Ética, además de prevenir fraudes, conflictos de intereses y abusos de poder, entre otras conductas, también incorpora los elementos del sistema voluntario propuesto por la Ley 20.393 para evitar la responsabilidad penal de las personas jurídicas en caso de ciertos delitos (soborno nacional e internacional, lavado de dinero y financiamiento del terrorismo).

Desde 2011, además, los empleados disponen de una plataforma web de Transparencia Corporativa, la que está habilitada para recoger denuncias y consultas garantizando la confidencialidad del emisor, la investigación y una adecuada solución. Esta herramienta recibió en 2012 148 denuncias y 47 consultas. El 62% de los casos se registró de forma anónima y el 38% con reserva de la identidad. Estas denuncias correspondieron a acoso laboral, situaciones de conflicto de interés, acoso sexual y actitudes no éticas, entre otras. El 87% de los casos registrados en la plataforma fue analizado y cerrado, y el 13% de éstos se encuentra en investigación.

Asimismo, en 2012 Sodimac capacitó a un 59% de sus trabajadores (es decir, a 12.081 personas) en temas de probidad (de manera presencial y e-learning), alcanzando un total de 62.320 horas. Los diferentes cursos ayudan a conocer el sistema de gestión, su estructura, la guía EticAcción y el apoyo ético con que cuentan los trabajadores a través de los consejeros de integridad.

Estructura de apoyo y funcionamiento

La estructura de apoyo a la integridad contempla dos tipos de recursos:

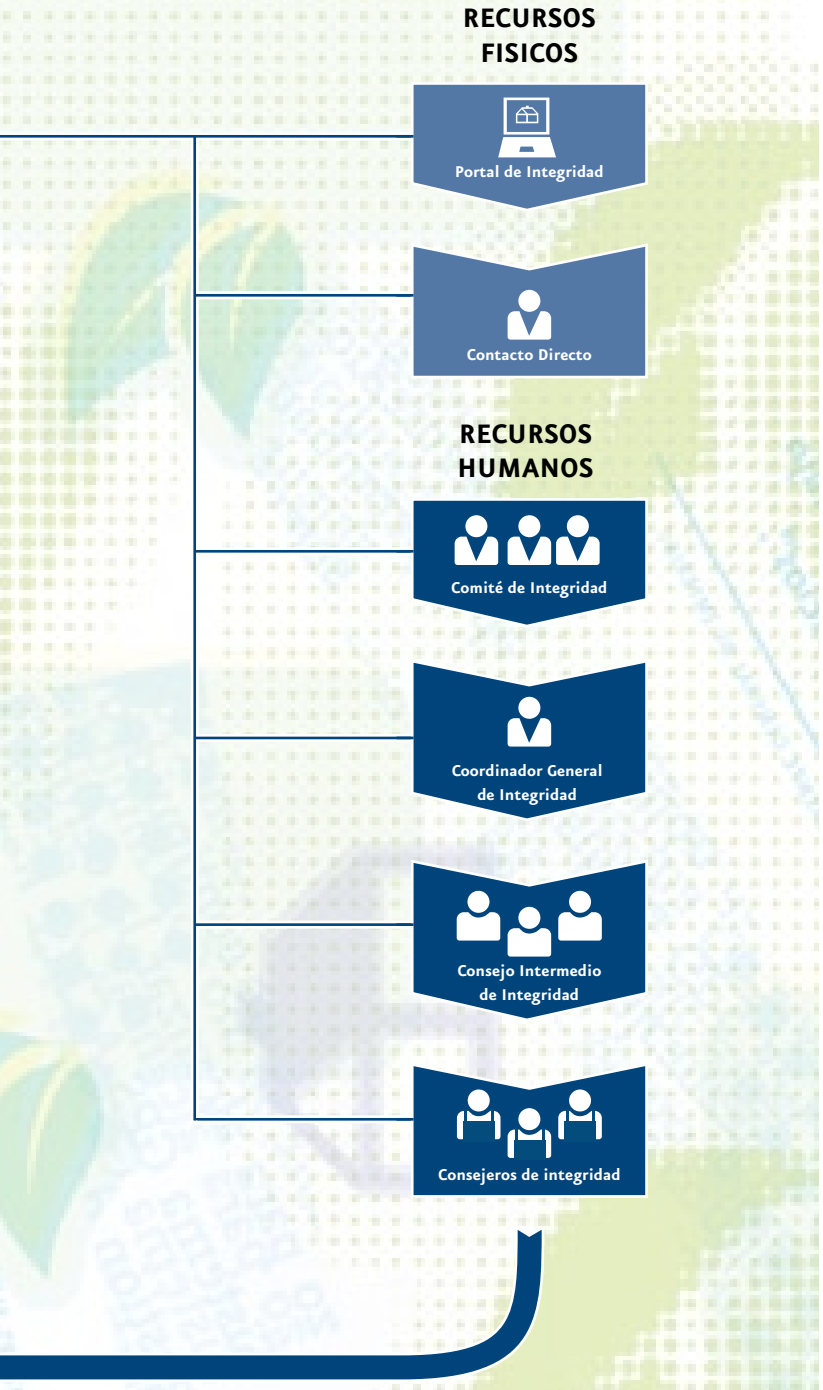
Físicos

Corresponden a canales de comunicación que los trabajadores pueden utilizar para hacer consultas y, si lo desean, mantener el anonimato:

- Portal de Integridad: sitio en internet que permite formular consultas o presentar casos de integridad las 24 horas del día, en forma anónima o pública.
- Contacto directo: canal a través del cual se puede conversar directamente con un consejero de integridad, ya sea en sus oficinas, por teléfono o enviando un e-mail.

Humanos

- Comité de Integridad: formado por un equipo de representantes del directorio, la plana ejecutiva y el coordinador general de integridad. Éstos revisan semestralmente los reportes de integridad elaborados por el comité. Con absoluta reserva, los datos se utilizan para generar nuevas políticas de integridad y sugerir temas en los que se requieren acciones preventivas o una mayor capacitación interna.
- Coordinador general de integridad: el cargo recae en el contralor general de Sodimac, quien lidera la estructura de apoyo a la integridad. Entre sus funciones, está la de recibir las denuncias enviadas por el consejo intermedio de integridad y, de ser necesario, dar inicio a la investigación de los casos.
- Consejo Intermedio de Integridad: lo forman representantes de las gerencias de operaciones y recursos humanos, quienes evalúan las denuncias que les entregan los consejeros de integridad y envían al coordinador general los casos que requieran ser investigados. El resto se resuelve en esta instancia y se envía un reporte al coordinador general. El Consejo Intermedio de Integridad mantiene informados a los sindicatos respecto de las temáticas que surjan y, a la vez, los sindicatos pueden entregar información de casos que ellos reciben directamente a esta instancia.
- Consejeros de integridad: son trabajadores de la empresa cuya función es asesorar a sus pares en temas de integridad y canalizar sus inquietudes y denuncias. Este rol lo ejercen las asistentes sociales, quienes fueron capacitadas para desarrollar este papel, entregándoseles información sobre el funcionamiento del Sistema de Gestión Ética y los elementos que lo componen.



Certificación del Sistema de Probidad

Durante 2012, la empresa siguió consolidando el Sistema de Gestión Ética de Sodimac. En un hito que fortalece el compromiso de la compañía en este ámbito, en 2012 la consultora Prelafit Compliance certificó la implementación, por parte de Sodimac, de modelos de organización, administración y supervisión destinados a prevenir las infracciones señaladas por la citada Ley 20.393.

Esta certificación acredita que la organización cumple con los deberes de supervigilancia y dirección, y proporciona a los propietarios, directores y ejecutivos los elementos indispensables para enfrentar de mejor manera los riesgos legales y reputacionales asociados a los delitos que eventualmente se cometan en la compañía.

Prevención y medidas de control en tiendas

La Gerencia de Contraloría desarrolla un plan de auditoría que considera todos los riesgos del negocio y prioriza aquellos procesos que tienen mayor vulnerabilidad, entregando los resultados a la alta dirección por medio de un informe con las conclusiones y recomendaciones para cada caso.

Cada año, el sistema arroja un número determinado de casos relacionados con riesgos de corrupción en tiendas, bodegas, filiales y oficinas de apoyo. Durante 2012, se realizaron 261 auditorías en estos recintos.

Adicionalmente, Sodimac imparte un entrenamiento especial a los trabajadores de áreas expuestas a mayores riesgos de casos de corrupción, entregando pautas, procedimientos y normativas éticas para el desarrollo de sus funciones. En 2012, estas capacitaciones alcanzaron un 70%, de acuerdo al total de la dotación de la compañía.

N° DE UNIDADES AUDITABLES			
	2010	**2011**	**2012**
Tiendas	58	60	67
Bodegas	28	30	35
Filiales (*)	3	3	3
Oficinas de Apoyo	146	135	146
Total	**247**	**238**	**259**

(*) Tiendas: Se ha realizado una actualización de los datos en los tres últimos períodos que considera el desarrollo operativo de Sodimac Chile.
Filiales: empresas en sociedad relacionada con Sodimac.

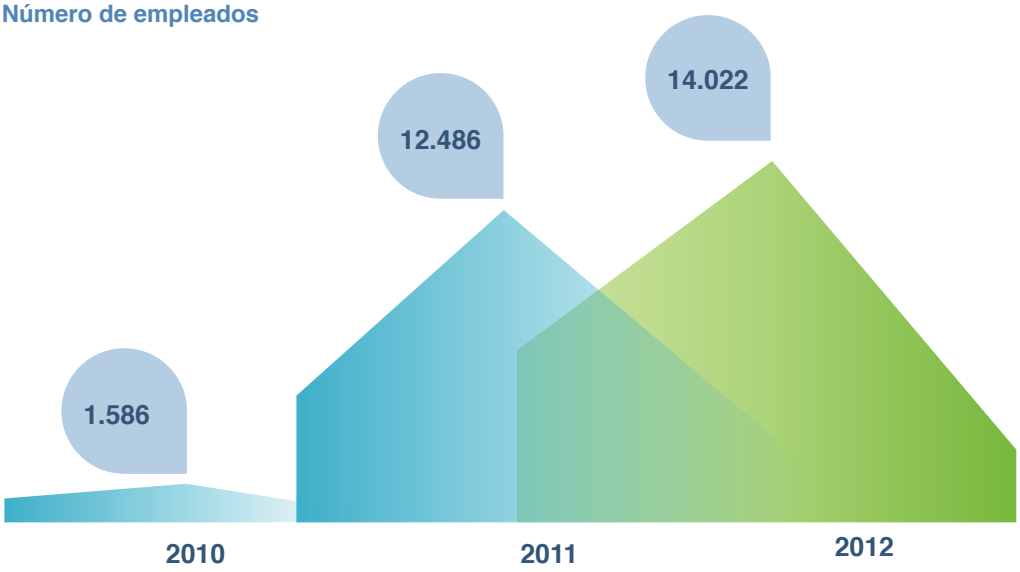
Durante 2012, la Gerencia de Contraloría continuó aplicando el sistema computacional denominado "Panel de Control Remoto", destinado a detectar tempranamente cualquier desviación relacionada con procedimientos contables y financieros preestablecidos.

Dentro de las medidas más usuales frente a incidentes de corrupción detectados en Sodimac, destacan los inventarios generales, selectivos y diarios. Las situaciones abordadas en los informes permiten adoptar medidas como capacitaciones y despidos, entre otras.

El sistema Panel de Control funciona a nivel nacional y cuenta con la gestión de otras áreas de la empresa, tales como: venta empresas, finanzas, tesorería, prevención pérdidas y operaciones.

Cursos de entrenamiento

Número de empleados



CURSOS DE ENTRENAMIENTO	N° DE EMPLEADOS 2010	N° DE EMPLEADOS 2011	N° DE EMPLEADOS 2012
Desarrollo de Líderes de Tienda	-	-	63
Programa de probidad corporativa	-	10.773	12.081
Prevención y pérdidas	450	485	679
Personal de seguridad externa (*)	1.102	1.211	1.180
Auditoría interna	16	17	19
Total	**1.568**	**12.486**	**14.022**

(*) Las empresas de seguridad externa deben cumplir con el curso OS-10 de Carabineros de Chile. Adicionalmente, Sodimac capacita al personal externo de seguridad en temas de DD.HH., trato y dignidad hacia el cliente.
Fuente: Sodimac.

MEDIDAS PARA ENFRENTAR LA CORRUPCIÓN				
Situaciones detectadas	**Medidas adoptadas**	**2010**	**2011**	**2012**
Mermas (robos detectados)	Inventarios generales	69	84	86
	Inventarios selectivos	-	36	45
	Inventarios diarios	21.623	26.639	29.239
	Panel de control	832	556	900
Fallas de procedimientos	Capacitación	-	-	-
Abuso de poder	Despido	-	-	-
Apropiación indebida	Despido	34	20	7
Comportamiento inadecuado	Despido	-	-	-

Nota: en 2010, no se desarrollaron inventarios selectivos, puesto que se anticipó la ejecución de inventarios generales con el objetivo de medir tempranamente los daños tras el terremoto en la zona centro-sur del país.
Fuente: Sodimac.

Hola, soy
GONZALO
SEPÚLVEDA
y estoy aquí para
ayudarlo en sus proyectos
CMR
Falabella
HOMECENTER
SODIMAC
www.sodimac.com

Nuestros trabajadores

Sodimac se distingue por ser una compañía que procura el desarrollo integral de sus trabajadores, buscando a la vez formar profesionales del retail. Esta visión estratégica es la que permite sostener el crecimiento de largo plazo de la empresa, constituyéndose en uno de sus principales desafíos, lo que implica una fuerte inversión anual en capacitación y reforzamiento de las habilidades profesionales.

GRI
2.8
EC5
EC7
LA1
LA2
LA3
LA4
LA6
LA7
LA8
LA9
LA10
LA11
LA12
LA13
LA14
LA15
HR5
PG
1
2
3
6
ISO
6.3
6.4
6.8

Capacitación

21.796
Trabajadores capacitados

Durante el año, se destinaron 511.565 horas a capacitación, beneficiando a 21.796 trabajadores.

Evaluación de desempeño

Se evalúa a los trabajadores que se hayan desempeñado en la empresa durante al menos 6 meses del año. Dado esto, 11.869 personas fueron evaluadas en 2012, es decir el 95% del total de trabajadores. Para desarrollar este proceso, en el período se capacitó a 750 jefes.

Desarrollo de carrera y planes de sucesión

Sodimac tiene un sistema de identificación, medición y desarrollo de competencias laborales que ayuda a la planificación de carrera y facilita la toma de decisiones para los ascensos. Durante 2012, se generaron 10 ascensos (6 gerentes y 4 subgerentes de tiendas).

Nues
Trabaj

Concursos internos

El 98% de los ascensos en las tiendas se realiza mediante concursos internos y planes de sucesión, cifra que en el conjunto de la organización se acerca al 90%. Durante 2012, se efectuaron 1.168 concursos internos a nivel nacional.

98%
Ascensos mediante concursos internos

1.168
Concursos internos

Construyendo un gran lugar para trabajar

79%
Sodimac una buena empresa para trabajar

En su versión 2012, la encuesta GPTW fue respondida por 13.346 trabajadores. El resultado del Índice de Satisfacción (Trust Index) fue de 74% y 79% respondió que Sodimac es una buena empresa para trabajar, mejorando respecto del año anterior.

Privilegiando la mano de obra local

31
Ferias Laborales

La política de Sodimac es seleccionar a sus trabajadores entre personas que residen dentro del radio donde se emplazan las tiendas, reclutando según este criterio a un 90% de la dotación requerida. Para ello, en 2012 la empresa participó en 31 ferias laborales a lo largo del país.

Calidad de Vida

7.450 trabajadores y sus familias participaron en Programa Cultural y otros 3.132 en actividades deportivas en 2012. También se lanzó el programa de alimentación saludable "+Sano ¡Qué rico es comer así!", con actividades en las que participaron más de 4 mil trabajadores.

stros adores

Beneficios laborales y sociales

$19.647

Millones en beneficios laborales

Más de $19.647 millones en beneficios laborales y sociales otorgó Sodimac a sus trabajadores en 2012, incluyendo beneficios de vivienda, educación, salud, bonos y asistencia, entre otros.

Cuidado y seguridad

La totalidad de las tiendas obtuvo la certificación GPS-ACHS, herramienta de gestión que permite controlar los riesgos de forma práctica y efectiva. Las tasas de siniestralidad y accidentabilidad disminuyeron 32% y 35%, respectivamente, en comparación al año anterior.

Pluralismo e integración

Durante 2012, 28 tiendas obtuvieron el Sello IGUALA de Conciliación de Buenas Prácticas Laborales y de equidad de género. y otras se encuentran en revisión de sus planes de acción para obtener esta certificación.

Diálogo con nuestros sindicatos

68%

Tasa de sindicalización

Sodimac posee un solo RUT, lo que se traduce en que sus sindicatos tienen carácter nacional. Actualmente, en la compañía existen cuatro de estas organizaciones, que en conjunto cuentan con 13.904 trabajadores afiliados, lo que representa una tasa de sindicalización de 68%, índice superior al promedio de 11% observado a nivel nacional, según datos publicados por la Dirección del Trabajo.

Escuela de Excelencia Sodimac

Un eje central del esfuerzo para potenciar las habilidades y formar profesionales del retail al interior de la organización es la Escuela de Excelencia Sodimac, que es parte de la Gerencia de Personas. Desde su creación, hace 11 años, ha capacitado a más de 110.000 trabajadores, impartiendo más de 3,5 millones de horas de formación, mediante diferentes cursos presenciales y vía e-learning.

En este contexto, se imparten diversos cursos, entre los que resaltan los de Gestión de Proyectos, Atención a Clientes, Venta de Proyectos, Gestión de Piso, Trabajo en Equipo y Clima para Jefaturas y Legislación. También, se impulsan programas e-learning, que pueden ser realizados en forma remota desde un computador y con un sistema de seguimiento del avance, incluyendo pruebas de evaluación.

Los cursos son desarrollados en su mayoría por el Organismo Técnico Ejecutor de Capacitación (OTEC) Traineemac, filial de Sodimac, y están certificados bajo la norma ISO 9001 y NCH 2778, para así cumplir con todos los requisitos legales que exige el Sence.

Asimismo, gracias a convenios con diferentes universidades en Chile, la Escuela de Excelencia Sodimac ha podido entregar a cientos de trabajadores la oportunidad para que cursen carreras universitarias y opten por becas de estudios superiores.

Objetivos

ESCUELA DE EXCELENCIA SODIMAC

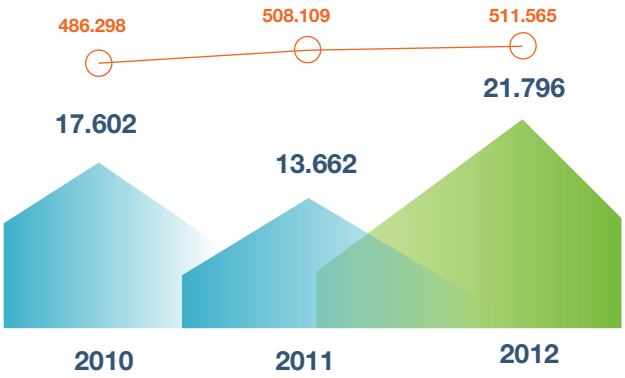
Promover la igualdad de posibilidades de desarrollo de carrera, de acuerdo a los méritos personales y laborales de cada trabajador.

Diseñar y ejecutar programas de formación y aprendizaje exclusivos para los trabajadores de Sodimac, en función de las particularidades del negocio y de la estrategia definida por la empresa.

Entregar las herramientas necesarias para su desarrollo como profesionales del retail, de manera que puedan brindar el mejor servicio a los clientes.

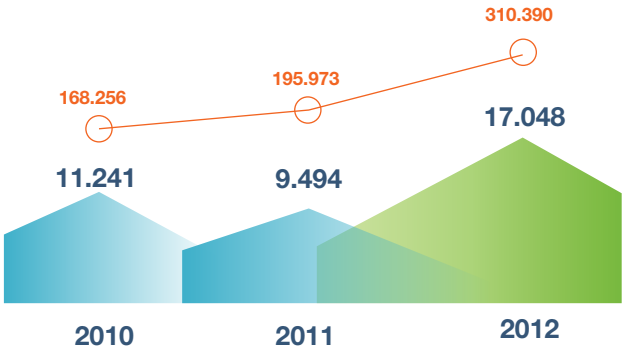
Horas Capacitación Compañía

Número de trabajadores / Horas utilizadas



Horas Capacitación Sence

Número de empleados / Horas utilizadas



Fuente: Sodimac.

Tiempo para capacitación: una necesidad

Sodimac concibe la expansión de la empresa como un esfuerzo mancomunado con su público interno, el cual debe estar cohesionado y sensibilizado con la estrategia de negocio para otorgar la mejor experiencia de compra a los clientes. La compañía está conciente que esto se logra implementando políticas que ayuden a generar un mayor compromiso de sus empleados, permitiéndoles desarrollarse al interior de la organización y compatibilizar plenamente sus labores en la cadena con su vida personal.

El crecimiento de Sodimac en 2012 acrecentó la necesidad de preparar a la dotación para enfrentar este período de mayor actividad. Durante el año, se destinaron 511.565 horas a capacitación, beneficiando a 21.796 trabajadores, de los cuales 12.996 son hombres y 8.800 son mujeres.

Traducido a acciones concretas, en 2012 se llevó a cabo un activo programa de capacitación continua, destinado a fortalecer diferentes habilidades, entre ellas el liderazgo y la atención a clientes. A nivel de gerencias y jefaturas el foco estuvo puesto en reforzar destrezas directivas mediante diplomados y programas académicos, impartidos a través de Universidad Adolfo Ibáñez, DuocUC y AIEP de la Universidad Andrés Bello, que entregan un conocimiento más acabado de las actividades comerciales desarrolladas por Sodimac. La capacitación, de hecho, resultó un factor clave en tanto la empresa estuvo inmersa en un contexto de mejoras de eficiencia y mayor productividad.

CAPACITACIÓN POR TIPO DE CARGO

	2012		
	Horas utilizadas	**N° de trabajadores**	**N° de horas por trabajador**
Jefe	62.010	1.695	37
Supervisor	15.574	675	23
Administrativo	24.712	1.292	19
Operativo	407.407	17.923	23
Otros cargos	1.862	211	9
Total	**511.565**	**21.796**	**23**

Fuente: Sodimac.

FORMACIÓN EN TIENDAS

Programas	**Número de participantes**	**Horas liderazgo tiendas**
Año	**2012**	
Diplomado en Habilidades Directivas y Gestión de Retail (Universidad Adolfo Ibáñez)	37	2.775
Diplomado en Gestión de Retail (DuocUC)	90	9.434
Desarrollo de Líderes de Tienda (Escuela de Excelencia Sodimac)	63	2.520
Desarrollo de Líderes de Caja (Escuela de Excelencia Sodimac)	59	928
Programa de Especialización de Vendedores (AIEP – Universidad Andrés Bello)	64	2.135

Fuente: Sodimac.

Potenciando el talento

Dentro de la gestión de Sodimac se otorga una especial importancia a lograr proveer las herramientas y brindar las oportunidades que ayuden a que nuestros trabajadores se desarrollen dentro de la empresa y tengan una carrera ascendente. Sodimac tiene una serie de instrumentos que permiten potenciar el talento dentro de la organización.

Evaluación de desempeño

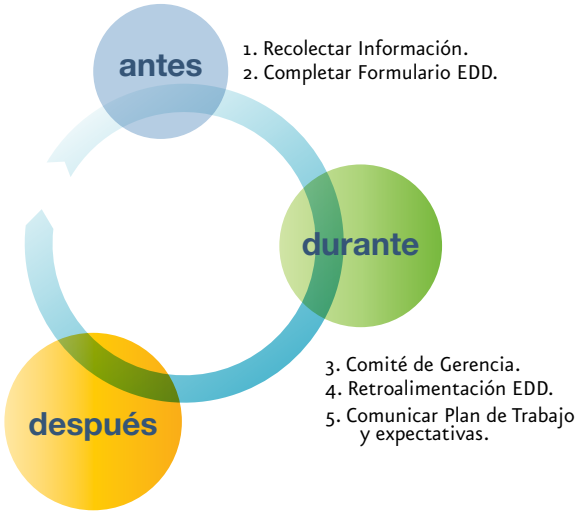
La Evaluación de Desempeño es un proceso formal que se realiza una vez al año en toda la empresa. Se fundamenta en el principio del mejoramiento continuo y contempla un análisis integral del trabajo efectuado por cada trabajador. Este proceso está en manos de la jefatura directa de cada empleado, en una fecha previamente establecida y conocida por todos al interior de la empresa, tarea apoyada por una campaña comunicacional y de capacitación interna.

Los resultados de las evaluaciones de desempeño son muy relevantes, puesto que se generan diversos incentivos asociados a la obtención de una nota igual o superior a 5,5, entre los que se pueden resaltar: Postulación a concursos internos y postulación y obtención de becas de estudio.

El requisito para participar del proceso de Evaluación de Desempeño en Sodimac implica que, durante el año a evaluar, el trabajador se haya desempeñado al menos la mitad del tiempo del periodo, es decir 6 meses. Dada esta situación, el año 2012 del total de trabajadores recibieron su evaluación el 95%, que equivalen a 11.869 personas, de los cuales 7.014 son hombres y 4.855 mujeres.

Además, en 2012 se capacitó en el Modelo de Gestión y Evaluación por Competencias a las distintas jefaturas de tienda a nivel nacional, abarcando a supervisores de cajas, jefes de cajas, jefes de departamento, jefes de RR.HH, subgerentes y gerentes de tienda, entre otros. El total de jefaturas capacitadas en tiendas fue 750.

Proceso de evaluación de desempeño



	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO		
AÑO	TRABAJADORES CAPACITADOS	HORAS DE CAPACITACIÓN	TRABAJADORES EVALUADOS
2010	900	2.439	10.827
2011	1.313	10.494	11.750
2012	750	3.340	11.869

Fuente: Sodimac.

Desarrollo de carrera y planes de sucesión

Sodimac cuenta, asimismo, con un sistema de identificación, medición y desarrollo de competencias laborales que ayuda a la planificación de carrera dentro de la compañía y facilita la toma de decisiones para los ascensos. Gracias a este proceso, es posible detectar el potencial de desarrollo de una persona y considerarla cuando se deba efectuar un reemplazo en un cargo estratégico o clave, en un tiempo específico y en un área determinada.

Un aporte relevante de los planes de sucesión es que los trabajadores tienen la posibilidad de conocer el resultado de su evaluación, permitiéndoles saber las competencias en las que poseen un buen desempeño y aquellas que deben mejorar para alcanzar el nivel requerido por un cargo superior.

En 2009, se realizó un proceso de Plan de Sucesión en todas las tiendas, evaluando a 554 jefaturas. Los resultados han sido utilizados en los años sucesivos, para efectuar ascensos en cargos de gerentes y subgerentes de tienda, y en la selección de los trabajadores que participaron en los diplomados en Habilidades Directivas y Gestión de Retail. Durante 2012 se generaron 10 ascensos (6 gerentes y 4 subgerentes de tiendas), donde participaron 27 subgerentes y 84 jefaturas de tiendas.

Concursos internos

Las políticas de fomento al desarrollo laboral incluyen la existencia de concursos internos que se abren al producirse una vacante, lo que brinda la oportunidad de que las personas que ya forman parte de la empresa puedan ascender dentro de la organización. Para ello, el candidato debe cumplir con los requisitos y ajustarse al perfil del cargo.

Este procedimiento ha demostrado ser altamente efectivo, ya que el 98% de los ascensos que se produce en las tiendas se ejecuta mediante concursos internos y planes de sucesión, cifra que en el conjunto de la organización se acerca al 90%.

Durante 2012, se efectuaron 1.168 concursos internos a nivel nacional. Además, se retroalimentó a los trabajadores que participaron en algún proceso de concurso interno y no fueron seleccionados, a través de una carta por parte de la empresa informando aspectos que les permitan mejorar su desempeño y aumentar sus posibilidades en concursos futuros.

AÑO	CONCURSOS
2010	613
2011	750
2012	1.168

Fuente: Sodimac.

Privilegiando la mano de obra local

Sodimac mantiene la política de seleccionar a sus futuros trabajadores entre personas que residan en zonas ubicadas dentro del radio donde se emplazan las tiendas, reclutando según este criterio a un 90% de la dotación final requerida. Sin embargo, para los cargos de alta gerencia se recurre mayormente a promociones y concursos internos, debido al tipo de funciones y experiencia que se requieren.

Para privilegiar la mano de obra local, existe un plan que busca establecer una estrecha relación con las comunidades de diferentes municipios de Chile, participando en diversas ferias laborales. De esta forma, en 2012 la empresa se hizo presente en 31 ferias a lo largo del país.

Esta tarea ha sido apoyada por distintas Oficinas Municipales de Información Laboral (OMIL), con el objetivo de contribuir a la inserción laboral de personas cesantes, trabajadores que desean cambiar su actividad ocupacional y de quienes ingresan por primera vez al mundo laboral.

Otra iniciativa ha sido el impulso de alianzas con distintas instituciones que ofrecen formación técnica gratuita a jóvenes de escasos recursos, desocupados y que desean integrarse al mundo del trabajo, para entregar cupos que aseguren prácticas laborales, de manera que los alumnos adquieran conocimientos y experiencias que contribuyan a su futura inserción.

Por otra parte con el fin de facilitar la reinserción de quienes forman parte del sistema post penitenciario, Sodimac y el Patronato Local de Reos de Antofagasta firmaron en octubre de 2011 un convenio para impulsar un programa piloto de intermediación laboral, el cual permite equilibrar, en parte, la desigualdad que estas personas enfrentan al momento de postular a distintos trabajos.

NUEVAS CONTRATACIONES

Año	2010		2011		2012	
Género	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**
Total nuevas contrataciones	3.754	1.446	3.630	1.653	5.452	3.164

NUEVAS CONTRATACIONES POR EDAD

Año	2010		2011		2012	
Género	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**
Menores de 30	3.197	1.106	3.090	1.215	4.413	2.150
Entre 30 y menos de 50	483	308	455	394	875	892
50 y más	74	32	85	44	164	122

NUEVAS CONTRATACIONES POR ZONA

Año	2010		2011		2012	
Género	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**
Región Metropolitana	1.628	652	1.473	702	1.993	1.287
Zona Centro	487	181	607	277	815	474
Zona Norte	706	303	828	456	1.100	777
Zona Sur	933	310	722	218	1.544	626

TASAS

Año	2010		2011		2012	
Género	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**
Tasa de nuevas contrataciones	22,9%	8,8%	21,1%	9,6%	26,7%	15,5%
Tasa de egreso de nuevas contrataciones	10,2%	2,7%	10,8%	3,3%	10,2%	3,9%
Contrataciones en tiendas	5.200		5.283		8.616	

Fuente: Sodimac.

Construyendo un gran lugar para trabajar

Considerando que es un pilar estratégico para Sodimac, y buscando alcanzar la meta de ser en 2015 la mejor empresa del retail para trabajar en Chile, existe la política de medir el clima laboral en forma permanente para adoptar todas las acciones que deriven en un proceso de mejoramiento continuo.

Sodimac encarga al Great Place To Work Institute Chile la aplicación de una encuesta anual que mide el ambiente laboral al interior de la compañía en cinco dimensiones básicas: credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería.

La aplicación de esta encuesta, que es totalmente voluntaria y anónima, en su versión 2012 fue respondida por 13.346 trabajadores de tiendas, centros de distribución y oficinas de apoyo. El resultado del Índice de Satisfacción (Trust Index) a nivel total de la empresa fue de 74%, lo que representó una mejora en relación con el año anterior.

TASA DE RESPUESTA DEL GPTW

	2010	2011	2012
	10.347	11.778	13.346
Índice			
Trust Index	67%	71%	74%
GPTW	70%	74%	79%

Trust Index: corresponde al promedio de todas las dimensiones de la encuesta.
GPTW: corresponde a la pregunta de si ésta es una buena empresa para trabajar.
Fuente: GPTW.

Acciones de clima laboral

Durante el 2012, la subgerencia de clima laboral trabajó de manera directa y con la ayuda de consultoras especializadas, con las áreas de la empresa que obtuvieron los puntajes más bajos en la encuesta GPTW. El programa tuvo una duración de 6 meses y en todos los casos se tradujo en un aumento significativo del puntaje, incluso con un crecimiento de 20 puntos en una de las áreas.

Se continuó con talleres de GPTW Journey, en los que participaron 144 jefaturas de tiendas y oficinas de apoyo. Posteriormente se les invitó a reuniones mensuales, donde se abordaron las dificultades y avances en sus respectivas áreas, lo que ha permitido que estos encuentros se transformen en una instancia de conversación, apoyo, trasferencias de buenas prácticas y aprendizaje conjunto.

Calidad de Vida

Sodimac impulsa y gestiona diversos programas que buscan fomentar el bienestar y calidad de vida de los trabajadores y sus familias.

En el ámbito de mejorar y aportar a una calidad de vida más plena y satisfactoria, nuestra estrategia de trabajo se basa en educar a los trabajadores y ser facilitadores para que ellos adquieran ciertas herramientas que les permitan, por si mismos y de manera informada, decidir si incorporan a su vida cotidiana ciertas acciones de cambio que les signifiquen un mayor bienestar.

Los focos de acción se centran en los siguientes ámbitos: programas de calidad de vida, orientación social, administración y difusión de beneficios, recreación e integridad corporativa.

Programa Deportivo

Bajo esta mirada, continuamos desarrollando el Programa Deportivo anual, dado el impacto positivo que las actividades deportivas tienen en la salud física y mental de los trabajadores, además de entretener y desarrollar un espíritu de equipo.

En 2012 se desarrollaron diversas actividades deportivas, entre las que destacaron las corridas familiares y cicletadas. Además se dio continuidad a otras actividades como encuentros de fútbol, tenis de mesa y yoga, entre otros.

PARTICIPANTES EN ACTIVIDADES DEPORTIVAS	
2010	3.156
2011	4.703
2012	3.132

Fuente: Sodimac.

Programa Cultural

En el ámbito de acceso a la cultura y las artes hacia los trabajadores, se desarrolla el Programa Cultural, en el cual se ofrecen diversos espectáculos del más alto nivel y en diferentes expresiones artísticas, como ballet, teatro, conciertos, exposiciones, entre otros.

En 2012 las actividades estuvieron enfocadas a la familia con una propuesta en el ámbito de los conciertos y obras de teatro. El programa cultural cerró el año con un total de 12 actividades y benefició a un total de 7.450 trabajadores con sus familias a lo largo del país.

PARTICIPANTES EN ACTIVIDADES CULTURALES	
2010	8.964
2011	9.119
2012	7.450

Fuente: Sodimac.

Programa de alcohol y otras drogas

En Sodimac, se aplica un programa de prevención del consumo de alcohol y otras drogas que toma en cuenta las consecuencias que el abuso de dichas sustancias causa en el ámbito laboral y familiar.

En 2012 en el ámbito preventivo se aprovecharon ciertas actividades de carácter recreacional y deportivo para difundir información relativa a cuidados necesarios para prevenir la incidencia negativa de ciertas conductas de riesgo, mediante volantes y folletería entregada tanto a trabajadores como sus familias. En el ámbito asistencial, se continuó con el apoyo y tratamiento de trabajadores que enfrentaron su situación de uso problemático de alcohol u otras drogas y entraron al programa de asistencia 18 casos, de los cuales 3 fueron dados de alta y 8 se encuentran en tratamiento, mientras que otros 5 desertaron y 2 fueron desvinculados de la empresa.

Programa de alimentación saludable

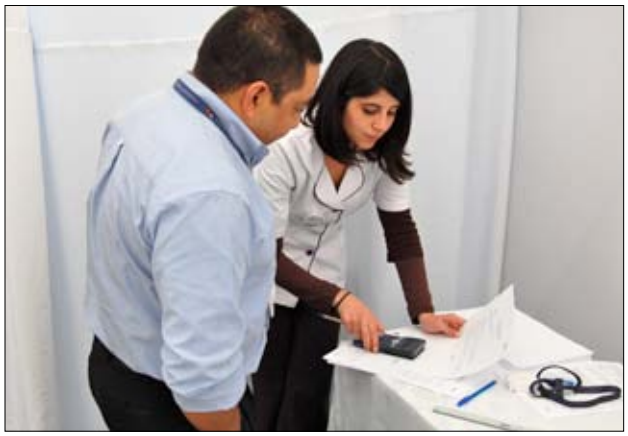
En 2012 como parte de su compromiso por mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, Sodimac lanzó el programa de alimentación saludable "+Sano ¡Qué rico es comer así!".

Esta iniciativa, patrocinada por el programa Elige Vivir Sano del Gobierno de Chile y que cuenta con la asesoría de la empresa Aramark, tiene como objetivo crear conciencia en los trabajadores en torno a este tema, a través de la adquisición de herramientas que les permitirán identificar las características de una alimentación saludable; escoger la cantidad adecuada de alimentos para cada persona y aprender a elegir aquellos alimentos que potenciarán su nutrición.

Durante el año, se efectuaron una serie de actividades, entre ellas, evaluaciones nutricionales en todos los lugares de trabajo de Sodimac; la realización de una encuesta confidencial a 4.815 trabajadores para medir el perfil alimentario; tres charlas nutricionales donde participaron 4.015 trabajadores; actividades de difusión; y la incorporación en el menú diario de los casinos de la compañía del "Plato Saludable del Día".

Programa de salud

La salud, la integridad física y el bienestar de sus trabajadores es una materia de profunda importancia para Sodimac, considerando su positivo impacto sobre la operación y los resultados de la empresa, así como en la reducción del ausentismo laboral. Por este motivo, se mantiene un convenio complementario de salud con la Cooperativa Sermecoop, acordado en conjunto con los sindicatos de la compañía y cuya descripción se encuentra claramente señalada en los contratos colectivos.



Dicho convenio se caracteriza por tener un carácter solidario, con un costo que se financia en forma bipartita entre los trabajadores y la empresa, destacando por su independencia en el monto del aporte frente a cualquier preexistencia.

Durante 2012, se realizaron 319.092 prestaciones reembolsadas. De este total, el beneficio entregado por Sermecoop fue de M$2.432.655.

Además, en el contexto de prevención se entregaron 2.585 dosis de vacuna contra la influenza bajo el sistema de financiamiento compartido y se promovió con gran éxito la campaña "Sonrisa Sermecoop" con el objeto de que los trabajadores accedan a prestaciones dentales con una mayor cobertura beneficiando a 1.933 trabajadores.

PRESTACIONES SERMECOOP (M$)

Año	N° de prestaciones	Beneficio Sermecoop
2010	211.649	$ 1.930.367
2011	235.414	$ 2.246.913
2012	319.092	$ 2.432.655

Fuente: Sodimac.

Programa Futura Mamá y Paternidad Responsable

La incorporación y participación creciente de la mujer en el campo laboral, sumado al incremento de hogares con dependencia exclusiva de la madre, hacen que Sodimac se plantee el desafío de crear entornos laborales que favorezcan la inclusión de la mujer y permitan una adecuada conciliación de responsabilidades laborales y familiares.

En este sentido, el compromiso de la empresa va más allá de lo que la normativa legal exige, por lo que desde el año 2009 hemos estado implementando el programa Futura Mamá que, en su primera etapa, consideró la entrega de manuales educativos con información práctica sobre cuidados en el embarazo, etapa de amamantamiento y su importancia, protección laboral y derechos de las madres y consejos maternales.

Durante 2011, con la entrada en vigencia de la Ley de Post Natal Parental, el Estado se hace cargo de apoyar a los padres en este proceso, a través de la concesión de un período de descanso extensivo y del subsidio maternal. A su vez fomenta la responsabilidad del padre y madre en el cuidado y protección de los hijos, además de favorecer la incorporación de la mujer en el mundo del trabajo.

DERECHO A LICENCIA POR MATERNIDAD O PATERNIDAD

Hombres		Mujeres	
2011	2012	2011	2012
1	1	433	345

Fuente: Sodimac.

REINCORPORACIÓN AL TRABAJO DESPUÉS DE LICENCIA POR MATERNIDAD O PATERNIDAD

Hombres		Mujeres	
2011	2012	2011	2012
1	1	167	223

Fuente: Sodimac.

CONTINUIDAD EN SU TRABAJO DESPUÉS DE UN AÑO DE VOLVER AL TRABAJO

Hombres		Mujeres	
2011	2012	2011	2012
1	1	118	163

Fuente: Sodimac.

Orientación Social

Sodimac cuenta con una red de 46 asistentes sociales en tiendas que atienden de forma personalizada y confidencial las distintas problemáticas que puedan afectar al trabajador y su familia; guiándolos y orientándolos frente a la mejor alternativa de solución. En 2012 se generaron ayudas económicas a 92 trabajadores que se vieron afectados por alguna situación particular, el monto total ascendió a $59 millones.

Ahorro Previsional Voluntario

Actualmente el Sistema de Pensiones obliga a los trabajadores a cotizar mensualmente el 10% de su renta imponible para efectos de financiar su futura pensión; estudios de las entidades especializadas demuestran que dicha cotización no sería suficiente para obtener una pensión que les permita mantener el estándar de vida que tenían durante su vida laboral.

Para hacernos cargo de esa realidad, Sodimac durante 2011 y luego de evaluar diversas alternativas, realizó un convenio para ofrecer planes de Ahorro Previsional Voluntario Grupal, el que permitirá a los trabajadores acceder a planes de ahorro con costo de administración más económico de lo que podrían acceder individualmente.

Durante 2012 se realizaron capacitaciones en las tiendas de Santiago y regiones, con el objeto de educar a nuestros trabajadores en la importancia de iniciar un Ahorro Previsional Voluntario que les permita mejorar el monto de su pensión y mantener su calidad de vida, una vez que dejen de trabajar. Las capacitaciones alcanzaron a un total de 3 mil trabajadores de los cuales 1.984 iniciaron ahorro APV.

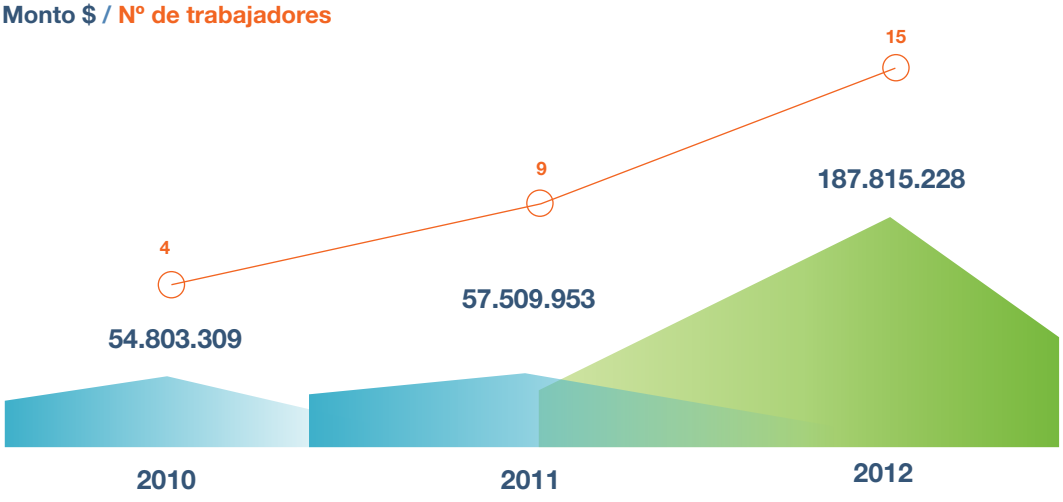
Planes de pensión y orientación para la jubilación

Pensando en aquellos trabajadores que dejan su vida activa para acogerse a jubilación, Sodimac ha establecido un programa de desvinculación responsable, el que ofrece un importante beneficio que va más allá de lo estipulado por ley para situaciones similares: una indemnización que se hace efectiva cuando el contrato individual de la persona termina, ya sea por fallecimiento o por acogerse a pensión por vejez o invalidez.

En estos casos, la empresa paga un monto equivalente a 30 días de su última remuneración por cada año de servicio prestado, con un mínimo de seis meses trabajados de manera continua en la empresa. Este beneficio tiene un tope de 450 días de remuneración.

Indemnizaciones pagadas

Monto $ / Nº de trabajadores



Fuente: Sodimac.

Beneficios laborales y sociales

Para valorar el esfuerzo y la contribución que los trabajadores hacen al crecimiento de la empresa, Sodimac ha establecido una serie de beneficios laborales que implican una distribución porcentual que varía según el tipo de jornada laboral.

Estos beneficios abarcan distintas dimensiones, con el objetivo de premiar el desempeño y generar incentivos para que los equipos de trabajo sigan progresando y, a la vez, se provean condiciones para compatibilizar mejor la vida personal y laboral de los empleados.

Entre el conjunto de ayudas e incentivos, pueden mencionarse los bonos de antigüedad y permanencia, vacaciones, asistencia y beneficios por traslados, entre otros.

PRINCIPALES BENEFICIOS (M$)	2010	2011	2012
Bono de vacaciones	$ 2.531.064	$ 2.950.106	$ 3.120.193
Antigüedad y permanencia	$ 385.065	$ 335.766	$ 379.303
Bono de asistencia	$ 530.463	$ 620.460	$ 903.540
Aguinaldos	$ 1.005.977	$ 1.142.709	$ 1.237.028
Sala cuna	$ 980.857	$ 1.016.824	$ 945.820
Beneficios por traslados	$ 819.849	$ 1.088.937	$ 1.633.807
Beneficios por uniforme	$ 794.121	$ 995.805	$ 1.348.350
Eventos corporativos	$ 922.265	$ 1.266.038	$ 1.758.642
Casino y colación	$ 5.948.320	$ 6.817.654	$ 8.321.026

Fuente: Sodimac.

Beneficios Sodimac

Familia
- Bono y permiso por matrimonio.
- Bono y permiso por natalidad.
- Sala cuna.
- Bono compensatorio.
- Canasta, fiesta y regalos de Navidad.

Vivienda
- Apoyo en el ahorro para la obtención de la vivienda propia.
- Aporte por adquisición de vivienda (gastos operacionales).
- Anticipo de gastos operacionales.
- Ventas al personal.
- Ventas al personal costo cero.

Educación
- Bono de escolaridad.
- Bono de escolaridad especial (hijos con algún trastorno o discapacidad).
- Reconocimientos a la excelencia académica.
- Becas especiales para estudios profesionales (hijos).
- Préstamo para financiamiento de estudios.
- Crédito escolar.
- Mi primer PC.

Salud y seguros
- Seguro de vida e invalidez.
- Seguro complementario de salud (Sermecoop).
- Seguro catastrófico.
- Convenio colectivo de salud (isapre).
- Convenio de pago de licencias médicas.
- Aporte y permisos por fallecimiento.

Reconocimientos especiales
- Reconocimiento a la trayectoria.
- Reconocimiento a la permanencia
- Reconocimiento a la excelencia máxima nacional.
- Indemnización por años de servicio.

Ayudas especiales
- Préstamo de emergencia.
- Préstamo de emergencia económica.
- Préstamo de emergencia de salud.

Otros bonos
- Bono de asistencia.
- Pool de beneficios.
- Bono por feriado legal (vacaciones).
- Aguinaldo de Fiestas Patrias.
- Aguinaldo de Navidad.

Beneficios adicionales
- Permisos.
- Traslados.
- Ropa de trabajo.
- Colación.
- Salas de descanso.

Vendedores, promotores y recaudadores
- Préstamo para renovación o reparación mayor de vehículo.
- Gasto vehicular (bencina).
- Neumáticos.
- Mantención de vehículos.
- Seguro automotriz.

Bienestar Cerca de Ti
- Programa Cuidémonos para Estar Bien (política alcohol y otras drogas).
- Sodimac se la juega por el deporte.
- Sodimac se une a la cultura.
- Sodimac en acción.
- Biblioteca Bienestar.
- Desarrollo de la creatividad (concursos).
- Días especiales.

Recreación
- Convenios con otras empresas e instituciones.

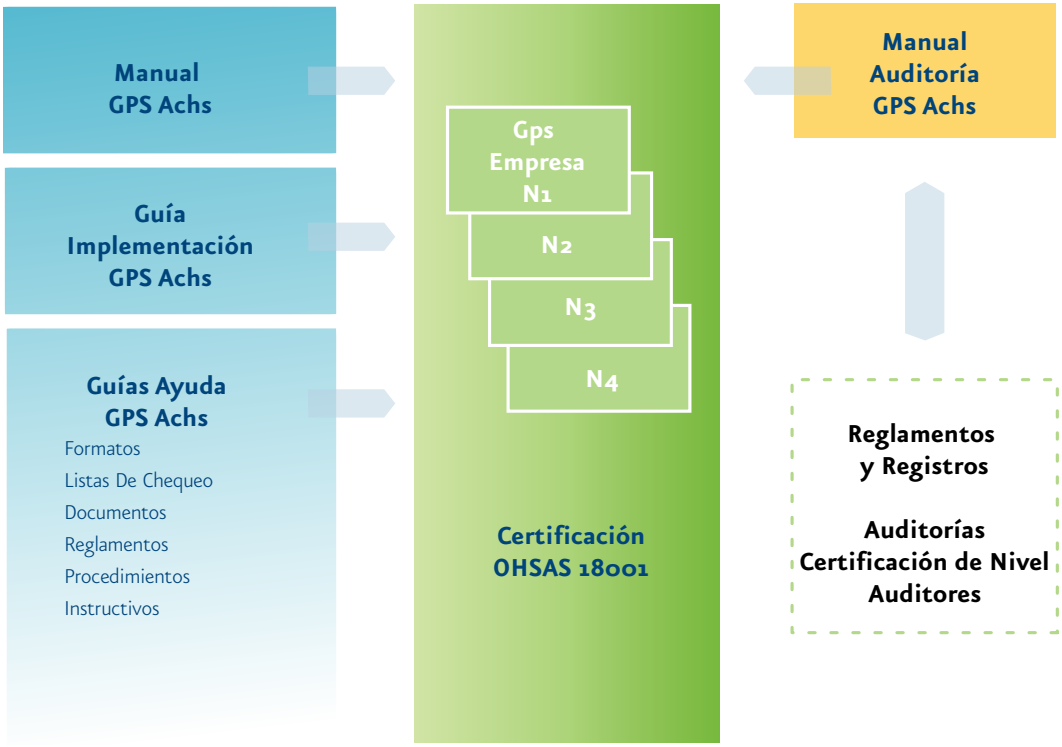
Cuidado y seguridad de nuestros trabajadores

Para Sodimac, el cuidado y la seguridad de sus trabajadores y clientes constituyen una prioridad. Esta preocupación se tradujo en una serie de acciones preventivas desarrolladas a lo largo de 2012, que contribuyeron a una mejora sustancial de los indicadores de riesgo. La totalidad de las tiendas obtuvo la certificación GPS-ACHS, herramienta de gestión que permite controlar los riesgos de forma práctica y efectiva.

Velar por la salud y seguridad de los trabajadores y clientes es uno de los pilares estratégicos de las políticas de sostenibilidad de la empresa. Sobre esta base, el foco de la compañía está centrado en buscar las causas que originan las condiciones y conductas de riesgo, y los factores externos que inciden en el normal desarrollo de las actividades diarias.

En ese sentido, uno de los avances más notables durante 2012 fue la certificación de las tiendas en el nivel I y II del Sistema GPS-ACHS, un mecanismo de gestión de seguridad y salud ocupacional basado en el modelo OHSAS 18001, que permite a la empresa controlar los riesgos en forma práctica y efectiva.

Modelo GPS-ACHS



Educación y fomento de la seguridad

En 2012, se desarrollaron 17 cursos que contaron con la participación de 8.144 trabajadores, alcanzando 28.369 horas de capacitación. Estas actividades estuvieron centradas en minimizar las condiciones y conductas de riesgo, así como en potenciar el autocuidado a través de campañas, caminatas, planes de acción y seguimiento de éstos, apoyándose siempre en la estructura de la Gerencia de Prevención, en las jefaturas y los comités paritarios de cada instalación.

Un aliado permanente de Sodimac en el desarrollo de este esfuerzo es la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS). En 2012, se realizaron 85 cursos, en los que participaron 3.682 trabajadores.

CAPACITACIONES ACHS	N° CURSOS			TRABAJADORES CAPACITADOS		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Cursos abiertos	1	1	21	7	15	75
Cursos cerrados	75	74	38	899	1.035	3.531
Cursos e-learning	16	47	26	3.239	10.410	76
Total	**92**	**122**	**85**	**4.145**	**11.460**	**3.682**

Fuente: Sodimac.

ACTIVIDADES DE PREVENCIÓN ACHS - SODIMAC				
Actividades 2012	**N° actividades**	**Porcentaje**	**N° de informes técnicos**	**Porcentaje**
Diagnóstico y evaluación	401	45,78%	133	73,89%
Coordinación	390	44,52%	11	6,11%
Control y seguimiento	85	9,70%	36	20,00%
Total	**876**	**100%**	**180**	**100%**

Fuente: Sodimac.

Tasa de siniestralidad, accidentabilidad y ausentismo

Sodimac ha fortalecido el enfoque preventivo en el ámbito de la siniestralidad, accidentabilidad y ausentismo, estableciendo diversas medidas con esta orientación y aumentando el rol de los comités paritarios en materia de vigilar, asesorar y promover el cumplimiento del Programa de Prevención de Riesgos de la compañía.

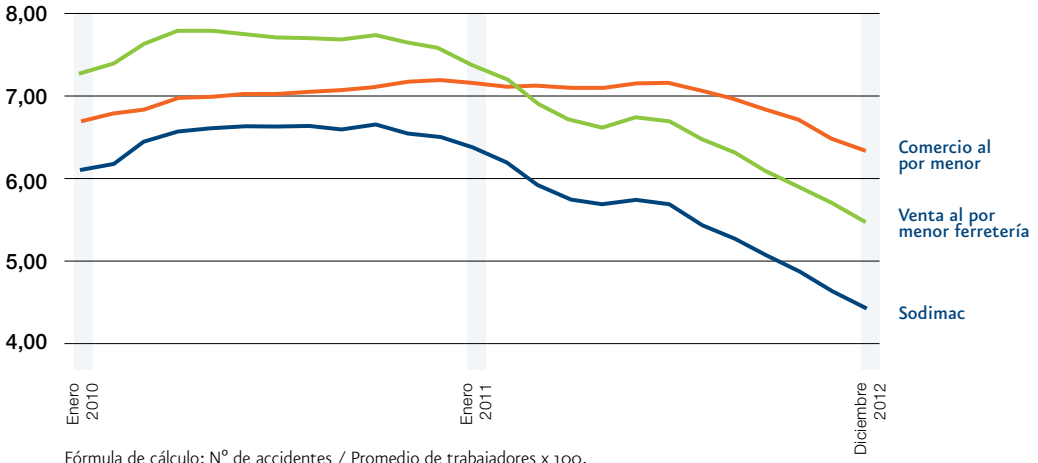
En la empresa opera un comité paritario activo en la totalidad de sus instalaciones, que representa al 100% de sus trabajadores (no incluye tiendas cuya apertura se realizó a fines de 2012). Está formado por representantes de Sodimac y de los empleados; de éstos, seis cumplen la función de titulares y seis la de suplentes.

Durante 2012, continuó el desarrollo de cursos de comités paritarios realizados en conjunto con la ACHS, con un enfoque en la investigación y gestión de accidentes ocurridos en tiendas y bodegas. Igualmente, se incentivó un reconocimiento mensual por parte de estos comités al trabajador que se destaque en prevención de riesgos, con el objetivo de potenciar el rol de estas estructuras.

La empresa se ha preocupado permanentemente de cumplir con la legislación vigente, impulsando que cada lesión o enfermedad profesional sea evaluada y catalogada por médicos especialistas. En este sentido, las capacitaciones y el conocimiento de los trabajadores han sido fundamentales para que frente a posibles lesiones, se efectúe su derivación inmediata a la Mutual para su evaluación y tratamiento.

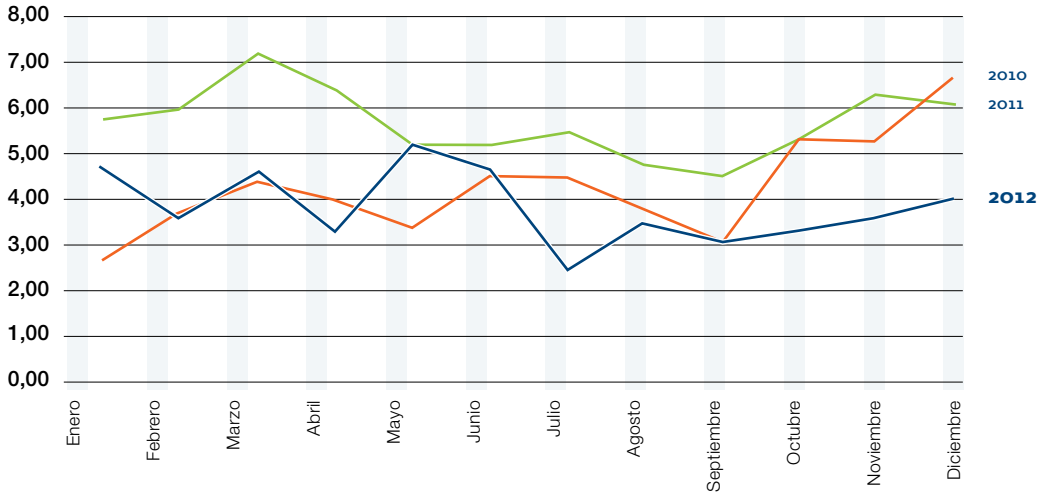
Fiel a esta política, durante 2012 se llevó a cabo una serie de acciones preventivas que contribuyeron a un avance sustancial de los indicadores de riesgo, lo que se traduce una mejor calidad de vida para los trabajadores. De este modo, la tasa de siniestralidad pasó de 67,8 en 2011 a 46 en 2012, con una disminución de un 32% en el período. La tasa de accidentabilidad, en tanto, varió de 6,4 a 4,14 arrojando una disminución de 35% en comparación al año anterior.

Tasa de Accidentabilidad



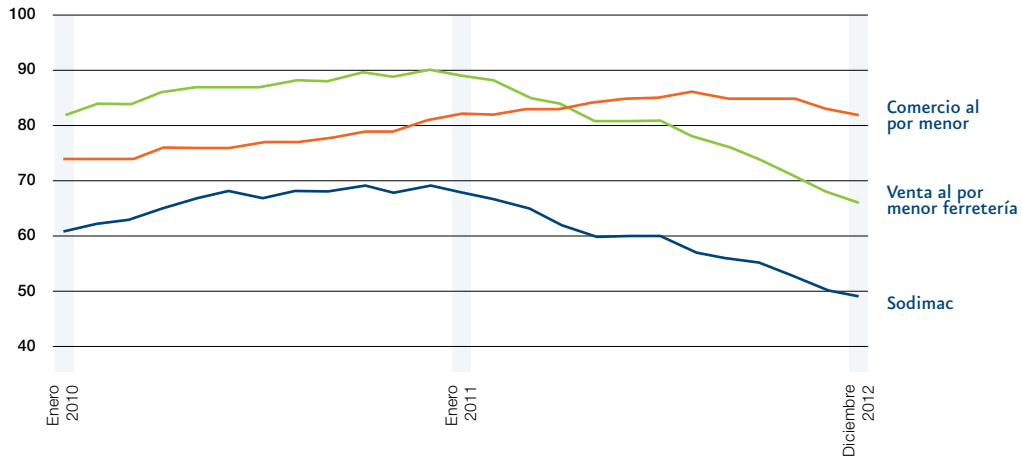
Fórmula de cálculo: N° de accidentes / Promedio de trabajadores x 100.
Fuente: Achs

Tasa de Ausentismo por accidentes laborales



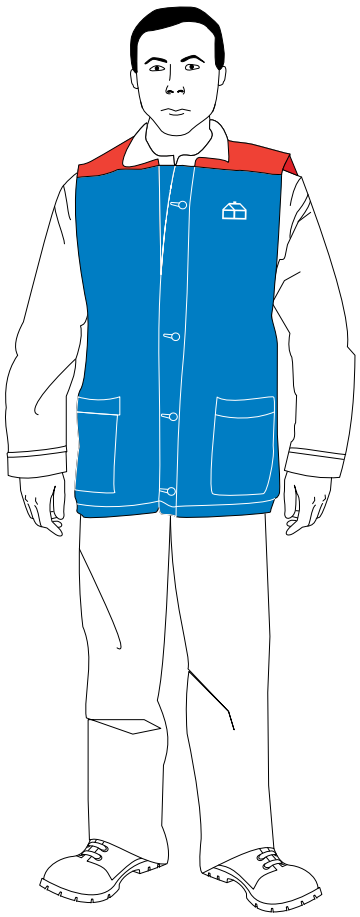
Fórmula de cálculo: N° de trabajadores / Dias perdidos /N° de trabajadores / Horas perdidas x 100.
Fuente: Sodimac.

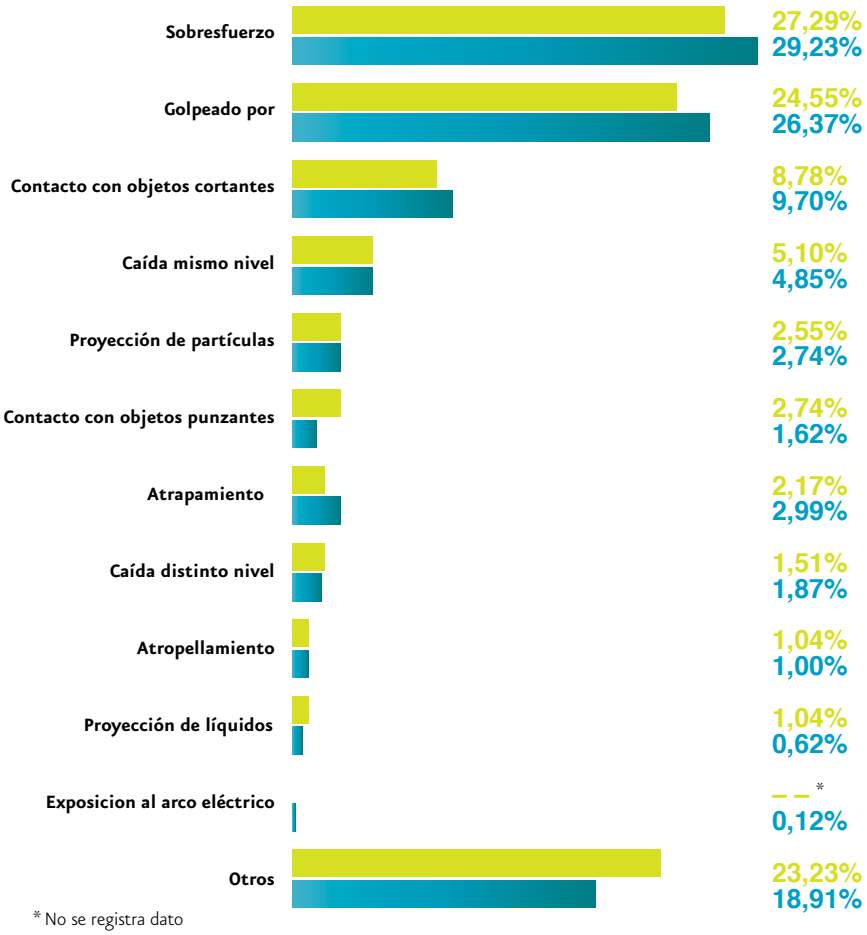
Tasa de Siniestralidad



Fórmula de cálculo: N° de días perdidos / Promedio de trabajadores x 100.
Fuentes: Achs

Principales Lesiones por Accidentes





* No se registra dato
Fuente: Sodimac.

DÍAS PERDIDOS, ACCIDENTES Y VÍCTIMAS MORTALES 2010

Región	Dias perdidos	N° de accidentes	N° de enfermedades profesionales	N° de víctimas mortales
Zona Norte	839	256	0	0
Zona Centro	896	166	0	0
Zona Sur	1.836	510	1	0
Reg. Metropolitana	5.297	658	1	0
Total	**8.868**	**1.590**	**2**	**0**

DÍAS PERDIDOS, ACCIDENTES Y VÍCTIMAS MORTALES 2011

Región	Dias perdidos	N° de accidentes	N° de enfermedades profesionales	N° de víctimas mortales
Zona Norte	969	294	2	0
Zona Centro	1.607	510	2	0
Zona Sur	828	202	2	0
Reg. Metropolitana	7.342	929	2	0
Total	**10.737**	**1.935**	**8**	**0**

DÍAS PERDIDOS, ACCIDENTES Y VÍCTIMAS MORTALES 2012

Región	Dias perdidos	N° de accidentes	N° de enfermedades profesionales	N° de víctimas mortales
Zona Norte	935	93	1	0
Zona Centro	1.505	140	5	0
Zona Sur	958	107	5	0
Reg. Metropolitana	4.360	482	5	0
Total	**7.758**	**822**	**16**	**0**

Nota: en 2012 se registraron 822 accidentes laborales, de los cuales 601 fueron hombres y 221 mujeres
Fuente: Sodimac.

Pluralismo e integración

Sodimac se caracteriza por ser una empresa que valora y respeta los derechos laborales, la diversidad y el pluralismo, fomentando las buenas prácticas laborales dentro de una política formal de recursos humanos y responsabilidad social.

El accionar de la compañía se funda en el apego irrestricto a la igualdad de oportunidades y la calificación en virtud de los méritos profesionales. De esta forma en 2012, se cuenta con 97 mujeres que ocupan puestos ejecutivos de la organización, representando un 29% del total de estos cargos.

Además, la remuneración percibida por la dotación femenina no tiene ninguna disparidad o alteración sustancial -que derive de la diferencia de género- en comparación con la dotación masculina en los diversos tipos de cargo.

GERENTES, SUBGERENTES, GERENTES DE TIENDAS Y JEFES DE DEPARTAMENTOS						
	2010		**2011**		**2012**	
Rango edad	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Menor que 30	2	3	2	3	2	2
Entre 30 y menos que 50	65	153	65	153	82	171
50 y más	12	51	12	51	13	69
Subtotal	79	207	79	207	97	242
SUBGERENTES DE TIENDAS, PROFESIONALES, TÉCNICOS, OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS						
	2010		**2011**		**2012**	
Rango edad	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Menor que 30	2.773	4.911	2.773	4.911	3.463	6.022
Entre 30 y menos que 50	3.213	4.108	3.213	4.108	4.091	4.823
50 y más	285	831	285	831	506	1.156
Subtotal	6.271	9.850	6.271	9.850	8.060	12.001
Total compañía	**6.350**	**10.057**	**6.350**	**10.057**	**8.157**	**12.243**

Fuente: Sodimac.

REMUNERACIONES SEGÚN CARGO Y GÉNERO									
Tipo Cargo	**2010**			**2011**			**2012**		
	Hombre	**Mujer**	**Relación (*)**	**Hombre**	**Mujer**	**Relación**	**Hombre**	**Mujer**	**Relación (*)**
Jefe	889.894	951.340	0,94	949.847	973.796	0,98	983.912	1.017.324	0,97
Supervisor	563.558	541.496	1,04	601.908	570.665	1,05	663.333	621.835	1,07
Administrativo	603.590	569.475	1,06	623.190	619.420	1,01	633.972	616.179	1,03
Operativo	274.841	277.350	0,99	291.023	291.824	1,00	313.533	312.536	1,00

(*) Corresponde a: (Promedio remuneración hombres) / (Promedio remuneración mujeres). Se considera salario base.
Fuente: Sodimac.

Avanzando hacia la equidad de género

Sodimac forma parte de la iniciativa IGUALA, que impulsa el Servicio Nacional de la Mujer (Sernam), un programa pionero en Chile y América Latina, cuyo fin es trabajar con las organizaciones en un modelo de gestión que permita avanzar en la equidad de género en el trabajo, ejecutándose acciones desde el reclutamiento y selección y culminando con medidas que aseguren la representación equilibrada entre hombres y mujeres en los cargos de jefatura. A partir de este proceso, las empresas pueden optar al Sello de Calidad IGUALA, fomentando e incorporando la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el trabajo y la equidad de género.

Como parte de una iniciativa gubernamental, el programa incorporará en 2013 innovaciones relacionadas con las prácticas de conciliación de la vida familiar y laboral, denominándose como Programa de Buenas Prácticas Laborales con Equidad de Género y Sello de Conciliación (BPL-sello IGUALA). Sodimac dio continuidad a la incorporación de tiendas en este programa, asumiendo los nuevos lineamientos incorporados por Sernam.

Durante 2012, 28 tiendas obtuvieron este sello y otras se encuentran en revisión de sus planes de acción para obtener esta certificación.

Además, Sodimac y Sernam han firmado convenios locales para abrir las puertas a mujeres emprendedoras facilitando un espacio al interior de las tiendas, con el fin de que puedan comercializar sus productos y fortalecer el emprendimiento. Durante 2012, esta iniciativa se implementó en 12 tiendas a lo largo del país.

Inclusión laboral

Sodimac también mantiene un fuerte compromiso con la inserción laboral de personas con algún tipo de discapacidad, lo que lleva a un constante apoyo a instituciones como Teletón, Fundación Tacal y Servicio Nacional de la Discapacidad (Senadis). Así, al finalizar 2012, el número total de trabajadores con discapacidad ascendía a 103, incorporándose durante el período 10 nuevos empleados con alguna discapacidad física. Como reconocimiento a este compromiso permanente con la inclusión, Sodimac recibió este año el Premio Sence-Fundación Tacal como Empresa Inclusiva en el período 2011-2012.

Apoyo a deportistas destacados

Sodimac mantiene una política de apoyo a trabajadores que sean deportistas destacados, participen en algún deporte federado y estén dentro de los mejores de su disciplina, a quienes se les otorgan facilidades para asistir a los entrenamientos en horario laboral y para su participación en torneos.

Dentro de esta iniciativa, la empresa apoya y auspicia a Cristián Valenzuela, trabajador no vidente del área Call Center de Sodimac y destacado deportista chileno, que tuvo una actuación histórica en los Juegos Paraolímpicos de Londres 2012 al ganar la medalla de oro en la carrera de 5.000 metros junto a su guía Cristopher Guajardo, sumando por primera vez una presea dorada para el país en un certamen de esta categoría.

Este logro se sumó a las medallas de oro en maratón y de plata en los 10.000 metros que este deportista obtuvo en el Campeonato Mundial de Atletismo Paraolímpico de Nueva Zelanda 2011.

El diálogo con nuestros sindicatos

A lo largo de 60 años, Sodimac ha construido una profunda relación con los sindicatos de la empresa, fomentando -además- activamente la sindicalización de sus trabajadores.

Sodimac procura sostener relaciones abiertas, informadas y sinceras con su capital humano, con el objetivo central de mantener la confianza como eje fundamental. Sobre estos fundamentos, la empresa ha cultivado un tipo de relación con sus trabajadores que se basa en cuatro pilares fundamentales:

- Respeto a las personas.
- Compromiso con el desarrollo personal y profesional.
- Legitimidad de las organizaciones gremiales.
- Apego a la normativa legal.

Como consecuencia de sus políticas, un gran porcentaje de los trabajadores está sindicalizado (Sodimac tiene el sindicato más grande del país entre las empresas privadas) y la compañía mantiene un sistema de comunicación permanente con las organizaciones sindicales que, generalmente, permite abordar las situaciones en forma interna y ágil.

Durante 2012, se desarrolló un proceso de negociación colectiva con dos sindicatos. La empresa llegó a un acuerdo con el sindicato Homecenter, que reúne a más de 7.000 trabajadores socios, mientras que el sindicato Nocesur, creado el año anterior y que agrupa a alrededor de 1.800 trabajadores socios, hizo efectivo su derecho legal a huelga el 13 de noviembre, deponiendo esta paralización el 21 de noviembre tras suscribir un acuerdo con la compañía. Esta paralización afectó a menos del 10% de

Sodimac posee un solo RUT, lo que se traduce en que sus sindicatos tienen carácter nacional.

los trabajadores de la empresa.

En los procesos de negociación colectiva, la compañía mantiene una disposición permanente y realiza el esfuerzo para llegar a un acuerdo que resulte satisfactorio para ambas partes. Pero dado que la construcción y el comercio son mercados cíclicos, es decir, sujetos a los vaivenes de la economía, al llegar a un acuerdo colectivo se consideran no sólo los períodos de bonanza, sino también aquellos de crisis, de modo de no poner en riesgo la estabilidad laboral, que ha sido siempre un objetivo prioritario para Sodimac.

Sodimac posee un solo RUT, lo que se traduce en que sus sindicatos tienen carácter nacional. Actualmente, en la compañía existen cuatro de estas organizaciones, que en conjunto cuentan con 13.904 trabajadores afiliados, lo que representa una tasa de sindicalización de 68%, índice superior al promedio de 11% observado a nivel nacional, según datos publicados por la Dirección del Trabajo.

Aun cuando Sodimac forma parte de la industria del retail, cuya dinámica, competitividad y estructura de jornadas de trabajo suele originar situaciones de conflicto, la empresa se destaca por ser una de las compañías con menor cantidad de demandas y juicios en la Dirección del Trabajo. En 2012, en cuanto a causas judiciales de tipo laboral, sólo se recibieron 49 denuncias canalizadas por las instancias legales de la empresa.

TRABAJADORES SINDICALIZADOS

Año	N° trabajadores	Porcentaje
2010	11.199	68%
2011	11.292	66%
2012	13.904	68%

Fuente: Sodimac.

Dotación

Sodimac privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, como una forma de fomentar la empleabilidad y la formación de profesionales del retail.

Bajo esta misma óptica, el notorio crecimiento económico observado en 2012 y la apertura de nuevas tiendas repercutieron en un aumento de las contrataciones, sobre la base de criterios responsables, con el fin de no sobredimensionar la dotación.

En este mismo período, la empresa mantuvo una rotación promedio mensual de 27,5%, nivel que resulta muy relevante en un sector caracterizado por una alta exigencia y movilidad laboral, especialmente entre trabajadores menores de 30 años.

DOTACIÓN DE TRABAJADORES

	2010		2011		2012	
Región	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
Zona norte	1.372	526	1.547	580	1.779	774
Zona centro	1.216	629	1.553	715	1.824	996
Zona sur	2.656	1.305	3.080	1.215	3.483	1.732
Región Metropolitana	6.455	2.248	6.390	2.144	7.224	2.588
Total regiones	11.699	4.708	12.570	4.654	14.310	6.090
Total		**16.407**		**17.224**		**20.400**

Fuente: Sodimac.

DOTACIÓN POR TIPO DE CARGO

	2010		2011		2012	
	N° de trabajadores		N° de trabajadores		N° de trabajadores	
Tipo de Cargo	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Jefe	1.067	454	1.133	525	1.272	599
Supervisor	248	346	235	344	237	374
Administrativo	506	613	630	675	778	844
Operativo	8.236	4.937	8.549	5.133	9.956	6.340
Total Mujeres / Hombres	10.057	6.350	10.547	6.677	12.243	8.157
Total	**16.407**		**17.224**		**20.400**	

Fuente: Sodimac.

DOTACIÓN POR TIPO DE CONTRATO

	2010		2011		2012	
Tipo de Contrato	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**
Contrato indefinido	8.392	5.694	9.045	5.960	9.845	6.648
Contrato Plazo fijo	1.665	656	1.502	717	2.398	1.509
Total	**16.407**		**17.224**		**20.400**	

Fuente: Sodimac.

ROTACIÓN POR EDAD

	2010		2011		2012	
Rango edad	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**
Menor de 30 años	817	2.615	1.115	3.292	1.135	3.143
Entre 30-50 años	282	554	383	735	444	728
50 años y más	18	60	38	92	43	111
Total egresos anual	1.117	3.229	1.536	4.119	1.622	3.982
Rotación promedio mensual por género	6,8%	19,7%	8,9%	23,9%	8,0%	19,5%
Rotación promedio mensual	**26,5%**		**32,8%**		**27,5%**	

Rotación = (Egresos Anuales) / Dotación diciembre. Se consideran todas las causales de despido.
Fuente: Sodimac.

ROTACIÓN POR ZONA

	2010		2011		2012	
Zona	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**
Región Metropolitana	540	1.611	702	1.938	720	1.862
Zona centro	108	343	183	506	197	495
Zona norte	263	668	403	834	456	843
Zona sur	206	607	248	841	249	782
Total egresos anual	1.117	3.229	1.536	4.119	1.622	3.982
Rotación promedio mensual por zona	6,8%	19,7%	8,9%	23,9%	8,0%	19,5%
Rotación promedio mensual	**26,5%**		**32,8%**		**27,5%**	

Rotación = (Egresos Anuales) / Dotación diciembre. Se consideran todas las causales de despido.
Fuente: Sodimac.

Sodimac se caracteriza por contratar a menores de 30 años sin solicitar experiencia previa ni estudios superiores, brindando así la posibilidad de que numerosos recién egresados de enseñanza media tengan su primer trabajo remunerado y la oportunidad de hacer carrera al interior de la empresa.

Remuneración inicial

Dentro de su compromiso con la empleabilidad de los más jóvenes, la política salarial de Sodimac contempla ofrecer a sus trabajadores un ingreso de entrada a la compañía, el cual se ubica siempre por encima del mínimo legal establecido a nivel país.

Se entiende que un trabajador con ingreso de entrada es aquel que recién se incorpora a la empresa, menor de 30 años, que no posee capacitación ni estudios superiores, y en un alto porcentaje es recién egresado del sistema de educación secundaria, siendo éste su primer trabajo.

Cabe señalar que la compañía se caracteriza por contratar a menores de 30 años sin solicitar experiencia previa ni estudios superiores, brindando así la posibilidad de que numerosos recién egresados de enseñanza media tengan su primer trabajo remunerado y la oportunidad de hacer carrera al interior de la empresa.

AÑO	SALARIO MÍNIMO PAÍS	SALARIO INICIAL SODIMAC	RELACIÓN SODIMAC V/S PAÍS
2010	172.000	242.682	1,41
2011	182.000	255.314	1,42
2012	193.000	261.086	1,35

Sueldos brutos.
Salario inicial Sodimac considera gratificación.
Fuente: Sodimac.

La subcontratación en Sodimac

Las empresas subcontratistas de Sodimac deben comprometerse a cumplir con la política de Transparencia Comercial Sodimac (TCS), donde se contemplan las conductas y normas asociadas a Responsabilidad Social, como derechos humanos, normativa laboral, protección del medioambiente y lucha contra la corrupción.

Sodimac cuenta con una Unidad de Subcontratación, destinada exclusivamente a diseñar e implementar políticas que garanticen el cumplimiento de las obligaciones laborales y contribuyan al mejoramiento de las condiciones laborales de los trabajadores externos.

Más allá de su labor fiscalizadora, esta unidad también se ha preocupado por efectuar capacitaciones en las tiendas de todo el país respecto de la legislación laboral vigente, con un enfoque específico en subcontratación, y así prevenir futuras demandas, pagos y multas por contravención a la normativa laboral vigente.

Además, la compañía distribuye entre estas empresas un Manual de Subcontratación. Este instructivo trata materias puntuales y útiles para el desarrollo de las operaciones de trabajadores subcontratados en Sodimac.

Durante el 2012 Sodimac, en una labor conjunta con la Dirección del Trabajo, ha continuado impulsando la unificación de criterios respecto de temas laborales para la correcta aplicación de la normativa, promoviendo la capacidad de autorregulación, en la búsqueda del desarrollo de relaciones de equilibrio entre empleadores y trabajadores subcontratados.

En materia de juicios y demandas realizados por trabajadores externos, en 2012 se produjo un total de 49 casos tramitados por la unidad de subcontratación, de los cuales 35 concluyeron en el período y el resto se encuentra en trámite.

TRABAJADORES SUBCONTRATADOS

	2010	2011	2012
Empresas externas (*)	34	43	51
N° de trabajadores	3.000	3.277	3.720
N° de fiscalizaciones	3	17	7
N° de multas	0	1	0

(*) Este número comprende únicamente a las empresas de control centralizado. Las empresas contratistas de operación aislada son controladas por cada tienda.
Fuente: Sodimac.

Nuestros proveedores

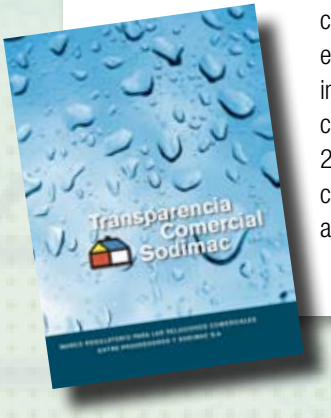
Para Sodimac es prioritario mantener relaciones constructivas y abiertas con sus proveedores, constituyéndose en un requisito básico para lograr un alto nivel de satisfacción frente a las crecientes exigencias de los clientes.

Nues
Provee

Centro de Innovación

En diciembre de 2012 se dio inicio a esta iniciativa que busca sistematizar la innovación con los proveedores, con el objetivo de encontrar negocios diferenciadores bajo el concepto de la co-creación.

Transparencia Comercial Sodimac



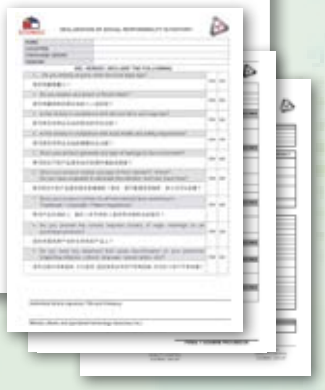
Es el marco regulatorio que guía la relación con los proveedores para proyectarla en el largo plazo, potenciando también el intercambio de buenas prácticas y conocimientos de producción responsables. En 2012, la gerencia de contraloría recibió 6 casos de proveedores, los cuales fueron acogidos, analizados y resueltos.

Red contra el Trabajo Infantil

En julio de 2012 Sodimac se sumó a esta red empresarial, que apunta a coordinar y desarrollar acciones para la prevención y erradicación del trabajo infantil y la protección del adolescente trabajador.

Cuestionarios de RS para proveedores

Desde hace siete años, Sodimac impulsa entre sus proveedores la firma de una declaración básica en temas de RS. En 2012, 548 proveedores chinos, el 75% del total, suscribieron este compromiso.



stros
edores

Traspaso de Prácticas Responsables

En el marco de la política de Transparencia Comercial Sodimac, la empresa aplica un programa para traspasar técnicas y conocimientos de RS a sus proveedores, en particular pymes.

Desarrollo de Proveedores

En 2012, Sodimac dio inicio este programa con 23 pymes del sector aserradero, para desarrollar un plan de mejoramiento continuo que llevará a que la madera consumida en Chile tenga estándares de calidad y producción responsable.

Nuestros Proveedores

Cada año, ejecutivos de Sodimac recorren diversos mercados del mundo buscando los mejores productos, al mejor precio y con el respaldo de fabricantes de confianza. La empresa hace lo mismo en Chile, de donde proviene el 80% de sus compras.

Además del precio, la estrategia de aprovisionamiento de Sodimac considera la continuidad del proveedor, su mejoramiento continuo, calidad y seguridad de sus productos y su responsabilidad social, buscando un encadenamiento estratégico en el marco de una política de abastecimiento responsable.

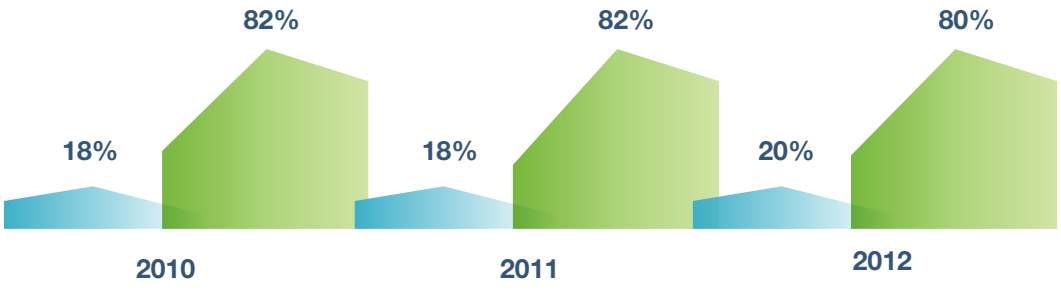
La compañía ha desarrollado un plan de diversificación de sus compras en varias categorías de productos, lo que ha determinado que su desarrollo y competitividad dependan en gran medida de tener una base amplia y estable de proveedores, procurando articular con ellos relaciones que favorezcan una coordinación eficiente, complementariedad de capacidades, innovación, producción asegurada y sensibilidad especial para atender las necesidades de los clientes.

También son relevantes sus prácticas laborales, como contar con un ambiente adecuado de trabajo, uso de elementos de seguridad y respeto por las normas y acuerdos internacionales en materia laboral.

A través de permanentes visitas a ferias regionales y mundiales, Sodimac selecciona productos y toma contacto con potenciales proveedores, visitando posteriormente sus operaciones para constatar su capacidad y solvencia. Luego, los productos contratados son sometidos a estrictos controles de calidad, por parte de empresas internacionales especializadas, que también realizan auditorías a otras grandes cadenas internacionales. Este procedimiento se aplica igualmente en Chile con los productos adquiridos a proveedores locales.

Participación de Origen

Importado / Nacional



Fuente: Sodimac.

COMPRA A PROVEEDORES			
Origen	**2010**	**2011**	**2012**
Importado	141.957.011	168.092.275	229.652.878
Nacional	663.816.876	756.656.915	890.927.814
Total	**805.773.888**	**924.749.189**	**1.120.580.692**

Nota: Compras expresadas en M$ actualizadas a valor 2012.
Fuente: Sodimac.

Centro de Innovación

Mantener un espíritu innovador se ha transformado en una de las características del quehacer de Sodimac, siendo transversal a todas las áreas de la empresa y una de las razones que explican el buen desempeño en materia de eficiencia y productividad.

En 2012 Sodimac inició la implementación operacional de un modelo diseñado para generar valor de manera sistemática, mediante la articulación de las capacidades propias de la empresa con aquellas provenientes de su red de proveedores.

En este esfuerzo, destaca el lanzamiento en diciembre del Centro de Innovación, una iniciativa que busca sistematizar la innovación con los actuales proveedores, con el objetivo de encontrar negocios diferenciadores bajo el concepto de la co-creación. De esta manera, trabajando en conjunto, se llegará a ofrecer productos y servicios que satisfagan de una forma mucho más directa las necesidades de los clientes.

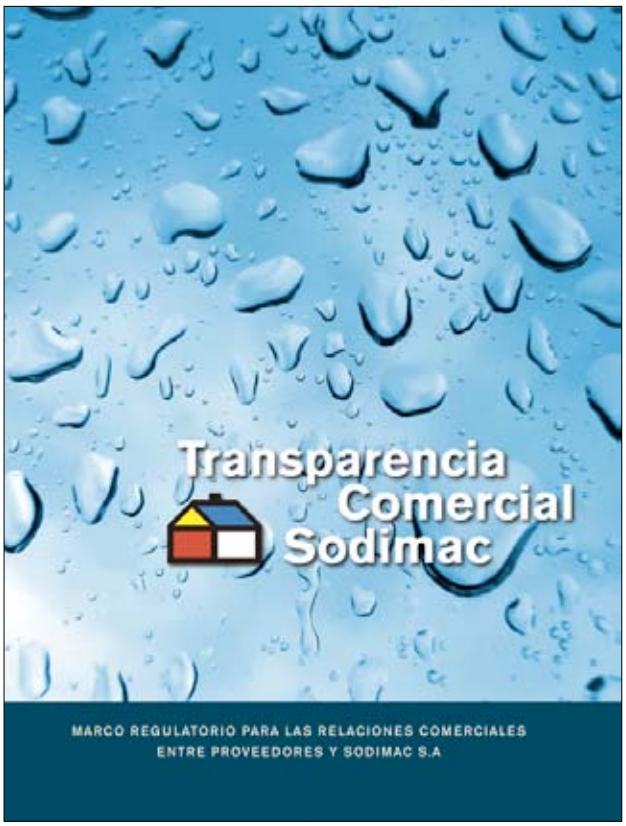
La empresa tiene la convicción de que este modelo colaborativo podrá mostrar todo su potencial en el curso de 2013.

Transparencia Comercial Sodimac

Sodimac ha establecido la política de Transparencia Comercial Sodimac (TCS), un marco regulatorio basado en principios éticos que guía la relación con los proveedores, procurando proyectarla en el largo plazo y potenciando el intercambio de buenas prácticas y conocimientos de producción responsables.

El TCS igualmente se ha enfocado en las conductas y normas de responsabilidad social que Sodimac solicita cumplir a sus proveedores, adaptándolas a las orientaciones internacionalmente aceptadas, como los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, las normas para reportar del Global Reporting Initiative (GRI) y la ISO 26000.

Si bien es un proceso gradual y paulatino, el proveedor que se incorpora al sistema de provisión de Sodimac debe aceptar las disposiciones del TCS, obligándose a cumplir con estas normas mínimas. Asimismo, se establece que la Contraloría de Sodimac es la entidad interna de la compañía encargada de garantizar el cumplimiento de este esquema normativo. Durante 2012, la gerencia de contraloría recibió 6 casos de proveedores, los cuales fueron acogidos, analizados y resueltos.



El Compromiso TCS

Este marco es una forma de autorregulación que implica una manera moderna, abierta y transparente de relacionarse con los proveedores, que permite seguir avanzando en conjunto con reglas claras. Más información en www.sodimac.com (nuestra empresa/proveedores).

¿Qué contiene el TCS?

- Principios y ética comercial.
- Ámbito de aplicación.
- Aprovisionamiento de los productos y servicios.
- Cobros y descuentos a los proveedores.
- Soportes para aumentar y garantizar la venta.
- Control de calidad de los productos y servicios.
- Uso de marcas, patentes y similares.
- Conductas y normas de Responsabilidad Social.
- Contraloría TCS.

Fundada en la ética,
la transparencia y la confianza.
• Busca privilegiar los
compromisos de ambas partes
• Se basa en integridad ética
• Impecabilidad en el
cumplimiento de los
compromisos.

Busca el reconocimiento
de la dignidad de las personas
y las empresas, tanto en el ámbito
normativo y general,
como en el ámbito práctico
y cotidiano.

Busca un trato justo
para todos los involucrados,
basado en:
• El mérito de las condiciones
comerciales.
• La trayectoria de
cumplimiento en el tiempo.

Conductas y normas de responsabilidad social

Sodimac ha desarrollado una política integral de responsabilidad social, de carácter vinculante para sus trabajadores y extensiva a todos sus proveedores. A través de ella, la empresa se compromete a respetar los derechos de todas las personas y a ejercer acciones de cuidado del medioambiente, obligaciones que la compañía espera sean compartidas por todos sus proveedores.

Al incorporarse al sistema de aprovisionamiento de Sodimac, cada proveedor se obliga a cumplir con la política de Transparencia Comercial Sodimac (TCS), avanzar en los lineamientos de ISO 26000 y respetar los principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

Mención especial merece la preocupación por contribuir a la erradicación del trabajo infantil, lo que deriva en la exigencia impuesta a los proveedores de no contar con niños entre sus trabajadores. Del mismo modo que no existe riesgo potencial de incidentes de trabajo infantil al interior de la empresa, Sodimac impulsa una política de sensibilización de sus proveedores para que también incorporen el respeto a los derechos humanos en sus prácticas diarias, empleando para ello diferentes vías de comunicación y actividades. Durante el período reportado no se registraron denuncias o prácticas de trabajo infantil entre los proveedores fiscalizados.

Lineamientos y principios de responsabilidad social adoptados por Sodimac

Derechos Humanos

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
2. Evitar verse involucrados en abusos de los derechos humanos.

Prácticas Laborales

3. Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva.
4. Eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
5. La abolición del trabajo infantil.
6. La eliminación de todo tipo de discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Medioambiente

7. Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Alentar el desarrollo y la difusión de productos y tecnologías inocuas para el medioambiente.

Anticorrupción

10. Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

Sodimac se integra a la Red contra el Trabajo Infantil

En 2012 Sodimac se convirtió en una de las organizaciones que suscribieron la declaración constitutiva de la Red Empresarial contra el Trabajo Infantil, iniciativa creada a propuesta de la OIT, Pacto Global Chile y Acción RSE. Se unió así a la Asociación Chilena de Seguridad, Banco Itaú y Fundación Telefónica, ratificando el profundo compromiso de la compañía con este tema.

Los objetivos de la red apuntan a coordinar y/o desarrollar acciones para contribuir con la prevención y erradicación del trabajo infantil y la protección del adolescente trabajador, a través de las siguientes acciones:

• Apoyar el Principio N°5 del Pacto Global ("La abolición del trabajo infantil") para la promoción de erradicar el trabajo infantil en sus dimensiones laborales y de derechos humanos.

• Crear conciencia en la opinión pública para comprender las causas y consecuencias del trabajo infantil.

• Prestar particular atención a la conducta de los proveedores en los ámbitos nacional e internacional y realizar acciones para evitar el trabajo infantil en su cadena de suministro/proveedores.

• Promover alianzas con otros grupos de interés, como organizaciones de trabajadores y de empresas, organizaciones de la sociedad civil, mundo académico e instancias públicas para evitar el trabajo infantil y proteger al adolescente trabajador.

• Identificar y promover buenas prácticas relativas a acciones realizadas con niños, adolescentes y sus familias que sirvan para sensibilizar, prevenir y/o erradicar el trabajo infantil y promover la protección adecuada del adolescente trabajador.

• Cualquier labor dentro del ámbito de influencia de la empresa que esté dirigida a erradicar el trabajo infantil y proteger al adolescente trabajador.

Cuestionarios de RS para proveedores

Durante los últimos siete años, Sodimac ha impulsado una iniciativa dirigida a que los proveedores firmen una declaración adicional, consistente en un cuestionario que profundiza en aspectos como Ética Empresarial (promoción de la ética al interior de la empresa y cumplimiento de estándares éticos en uso de marcas), Derechos Humanos y Calidad de Vida Laboral (cumplimiento de estándares internacionales en materia de trabajo infantil, trabajo forzado, prevención y seguridad laboral y leyes laborales vigentes), Marketing Responsable (cuidado de la salud del cliente, transparencia en la publicidad de productos), Medioambiente (identificación y control de los impactos medioambientales), Aprovisionamiento Responsable (cumplimiento de normativa laboral y ambiental vigente) y Compromiso con la Comunidad (contratación de mano de obra local).

Los proveedores -incluyendo los asiáticos- han mostrado comprensión al respecto, colaborando con la iniciativa, lo que se traduce en la suscripción del formulario (redactado en inglés y chino mandarín) Declaration of Social Responsability in Factory.

En 2012 se realizaron 19 evaluaciones de fábricas a proveedores asiáticos en temas de responsabilidad social (Factory Social Audit) y 3 evaluaciones a fábricas nacionales. Estas auditorías se realizan a proveedores que comienzan las negociaciones con Sodimac.

En relación a la firma de la declaración básica en temas de responsabilidad social, 548 proveedores extranjeros, es decir, el 75% del total de los proveedores de dicho origen, suscribieron el compromiso en 2012.

FIRMA CUESTIONARIO DE RS			
	2010	**2011**	**2012**
Proveedores extranjeros que han firmado cuestionario	362	411	548
Total de proveedores extranjeros	**630**	**749**	**728**

Fuente: Sodimac.

Traspaso de Prácticas Responsables

Sodimac incentiva a su red de proveedores pymes a cumplir más allá de los requerimientos de la normativa nacional. De esta forma, durante 2009 y 2010 se implementó -en conjunto con la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y Corfo- el primer Programa de Desarrollo de Proveedores de Leña a nivel de retail. Este esfuerzo buscó dotar de herramientas específicas a los proveedores de este producto, permitiendo mejorar su competitividad en un marco de responsabilidad social y respeto por el medioambiente.

Desde 2012, Sodimac está trabajando en el "Programa de Desarrollo de Proveedores de Madera", enfocado en 23 pymes del sector maderero -específicamente aserradero- con las que se relaciona.

A través de este programa, Sodimac implementará un plan de mejoramiento continuo para contribuir con la calidad y productividad de sus proveedores pymes de maderas aserradas, así como también de los 600 trabajadores que forman parte de éstos.

Para nuestra empresa es muy importante mantener una adecuada y coordinada relación con nuestros proveedores, que va más allá de la variable precio-calidad, ya que nos interesa que éstos puedan tener un mejoramiento continuo, así como también una mayor calidad y seguridad de sus productos, con lo cual apuntamos a un encadenamiento estratégico que se funde en el aprovisionamiento responsable.

De esta manera, Sodimac busca contribuir al desarrollo y formalización de las empresas proveedoras, y a su cumplimiento de la normativa medioambiental, lo que llevará a que la madera consumida en Chile sea un producto con estándares de calidad y producción responsable.

Sodimac apoya la iniciativa Huella Pyme

Huella Pyme es una herramienta on line, elaborada por un grupo de empresas socias de Acción RSE pertenecientes al Comité de Medio Ambiente, que permitirá que las Pymes puedan conocer más acerca del manejo de sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero y adoptar las acciones necesarias para reducirlas.

En Sodimac estamos seguros que esta herramienta es una importante contribución para el cuidado del medioambiente, permitiendo que las pymes conozcan, a través de esta nueva plataforma digital, el impacto de sus operaciones en el entorno para luego poder aportar con acciones posteriores que serán de gran ayuda para eficientar su negocio y proteger nuestro planeta. Las empresas interesadas en realizar el diagnóstico de su huella de CO_2 de manera gratuita, pueden hacerlo a través de www.huellapyme.cl

HOM

Nuestros clientes

El conocimiento y la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes están en el centro de las prioridades de Sodimac. La empresa realiza un esfuerzo por mantener canales activos de escucha y una relación transparente con el público, brindándole una adecuada información para que adopte una correcta decisión de compra.

Productos Sustentables

Sodimac ofrece 802 productos ECO sustentables, que acreditan su variable ecológica y son una alternativa eficiente. En 2012 se elaboró el segundo catálogo ECO, que incluyó también información sobre la huella de carbono y los Puntos Limpios de reciclaje, además de entregar consejos sustentables y ecoeficientes.

Contacto Sodimac

Durante 2012, se generó un total de 118.160 requerimientos de clientes, de los cuales 75.922, es decir, un 64%, fueron reclamos. Éstos representaron un 0,25% del total de transacciones realizadas en el año.

118.160
Requerimientos de clientes

Convenio Sodimac-Sernac

Sodimac mantiene un convenio de interoperabilidad con Sernac, que facilita la gestión de reclamos de los clientes. Durante 2012, la empresa recibió 1.868 reclamos por esta vía, de los cuales respondió un 99,7 % con una demora de seis días; versus el 92% de respuesta de las empresas en general a nivel país.

SERNAC
Gobierno de Chile

Círculo de Especialistas Sodimac (CES)

El objetivo del CES, que cuenta con 280.000 socios, es contribuir al desarrollo personal y profesional de maestros especialistas y contratistas. En 2012 se entregaron 1.200 becas de perfeccionamiento, llegando a un total de 5.640 socios que han recibido este beneficio desde 2007.

CIRCULO DE ESPECIALISTAS

Nues
Clie

Ética Publicitaria

En 2012, Sodimac adhirió al Código de Autorregulación de la Asociación de Marketing Directo de Chile (AMD), que busca establecer normas generales de responsabilidad y ética para estas actividades.

stros
ntes

Compromiso con la calidad y seguridad

La calidad y la seguridad de todos los productos que se incorporan a la oferta son testeadas por un equipo de profesionales, y los productos son además chequeados a lo largo de su ciclo de vida. En 2012, aumentaron las inspecciones en Asia, llegando a 2.431 y se inspeccionó a 582 proveedores.

Marketing responsable

En 2012, Sodimac decidió reducir su número de catálogos impresos, dejando de imprimir 1.800.000 ejemplares. Se estima que esta medida significó una reducción de 1.047 toneladas de dióxido de carbono.

1.047
Tonaledas reducidas de CO^2

Hágalo Usted Mismo

En 2012, se realizaron 40 capítulos del programa de televisión Hágalo Usted Mismo que se transmite en TVN, además se publicaron 6 revistas digitales y se impartieron 118 talleres para adultos y niños en nuestras tiendas.

Comercio y marketing responsable

Los consumidores tienen hoy a su disposición una vasta variedad de productos provenientes tanto de fabricantes locales como del resto del mundo, circunstancia que los ha vuelto más sofisticados en sus decisiones de compra y más exigentes en cuanto a la calidad, procedencia y métodos de elaboración de los bienes que adquieren.

En relación a esto, cabe destacar los importantes avances durante el año en materia de comercio electrónico, luego de la implementación en 2011 de una nueva plataforma tecnológica que abarcó tanto a las operaciones de Chile como al resto de la región. La incorporación de nuevas funcionalidades y mejoras en la usabilidad del portal Sodimac, contribuyó a un aumento superior al 70% en las ventas online con respecto al año anterior. Este se transformó además en una importante vitrina, no sólo para dar una mayor visibilidad a la oferta comercial de la empresa, sino que también para asesorar a los clientes en la ejecución de sus proyectos e incrementar la cercanía con éstos.

Esta evolución ha ocurrido en paralelo con el aumento de la consciencia y sensibilidad por la protección del medioambiente, la responsabilidad hacia los trabajadores y proveedores, el cuidado de la salud de los clientes y la transparencia en la difusión de los productos, lo que ha potenciado por parte de Sodimac la incorporación de técnicas y herramientas de marketing responsable.

Productos Sustentables

En todas nuestras tiendas hemos incluido productos ECO sustentables que acrediten su variable ecológica y sean una alternativa eficiente para nuestros clientes. Durante 2012 elaboramos el segundo catálogo ECO que incorporó la totalidad de estos productos. También, se añadió información sobre la huella de carbono y los Puntos Limpios de reciclaje, además de entregar consejos sustentables y ecoeficientes al público.

Cabe destacar que Sodimac apoya a sus proveedores en la identificación de productos ECO con información relacionada a variables de sustentabilidad; éstos deben cumplir previamente con las normativas y exigencias del área de control de calidad de Sodimac que les permita incorporar una rotulación especial. En el caso de los productos de procedencia extranjera, se trabaja bajo los lineamientos de la Ley del Consumidor que exige que se informe su origen, aspecto que es revisado en las inspecciones que la compañía lleva a cabo tanto fuera de Chile como en el propio país. Esta política permitió identificar al cierre de 2012 un total de 802 productos ECO que cuentan con los respaldos en la compañía.

PRODUCTOS ECO		
Variables de Sustentabilidad	**2011**	**2012**
Ahorro y eficiencia de energía	121	105
Ahorro y eficiencia de agua	33	27
Productos ecológicos, reciclados y biodegradables	325	326
Productos que provengan de manejo sustentable de bosques	428	344
TOTAL	**907**	**802**

Nota: la disminución del año 2012 se debe a la descontinuación de productos, principalmente en la categoría muebles.
Fuente: Sodimac.

Escuchando a nuestros clientes

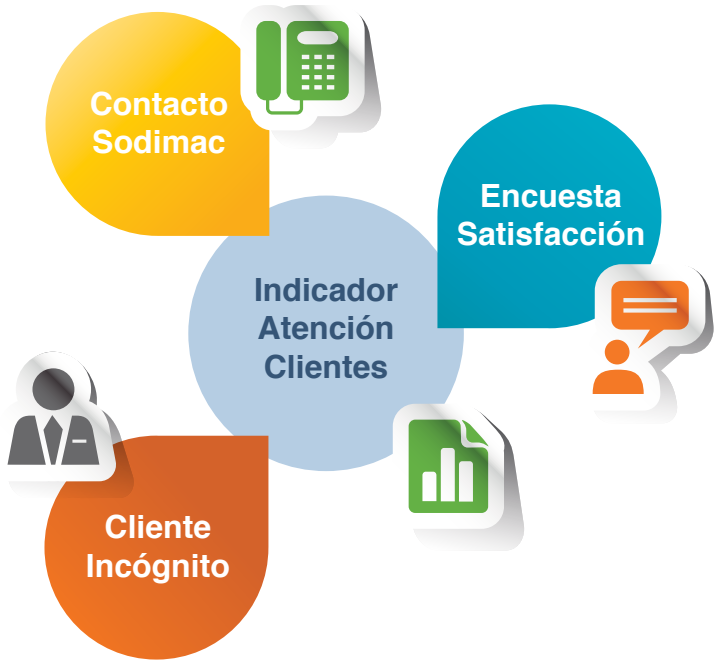
Escuchar está en la base de la relación de Sodimac con sus clientes, siendo la clave para conocer y anticiparse a sus requerimientos, junto con impulsar iniciativas que estrechan la relación de la empresa con el público.

Gracias a la comunicación, Sodimac definitivamente consiguió notables progresos en los indicadores de reclamo asociados al despacho de productos a domicilio, siendo una de las áreas donde la empresa hizo mayores esfuerzos de mejoría.

Para que la buena comunicación con los clientes continúe siendo uno de los activos de la empresa, en 2012 se desarrollaron una serie de encuestas online que el público podía contestar a través del sitio web de Sodimac. Gracias a estas iniciativas, la empresa pudo recibir un feedback inmediato acerca de su percepción del servicio prestado por la compañía.

Sodimac mantiene diferentes canales de contacto con sus clientes, así como mecanismos de retroalimentación para recibir sus inquietudes y contar con una evaluación integral de los servicios de la empresa, buscando alcanzar la máxima excelencia en la atención otorgada. Estas herramientas de contacto con los clientes igualmente importantes son el Cliente Incógnito, Encuestas de Satisfacción y los canales de escucha denominados Contacto Sodimac.

Contacto Sodimac



Cliente Incógnito

Es un sistema que apunta a medir continuamente las conductas de atención que muestran los trabajadores de Sodimac hacia los clientes, en función de pautas predefinidas por la empresa para las siguientes etapas de la experiencia de compra del público en las tiendas:

- Bienvenida
- Presentación
- Asesoría
- Despedida

El mecanismo busca detectar fortalezas y debilidades; mejorar la atención; reconocer, distinguir y premiar al personal de las tiendas; y, asimismo, trabajar en la mejoría de aquellos puntos que exhiben falencias. Sodimac ha definido como estándar mínimo de servicio el cumplimiento de al menos el 85% de las conductas.

Durante 2012, se efectuaron 11.307 evaluaciones, las que arrojaron que un 47% de los trabajadores cumplió los estándares en un 100%, obteniendo la compañía un 92% de cumplimiento en esta materia.

CLIENTE INCÓGNITO	2010	2011	2012
Total evaluaciones	9.884	10.416	11.307
Trabajadores evaluados con 100%	4.361	4.814	5.321

Fuente: Sodimac.

Encuesta de Satisfacción

Con el propósito de realizar programas focalizados de acción y mejoramiento, en las tiendas Sodimac se aplica un sistema de medición continúa de la satisfacción y lealtad de los clientes. Consiste en una encuesta que se construye sobre la base de entrevistas tanto al personal de las tiendas como a clientes, buscando obtener opiniones directas respecto de la experiencia de compra. Esto permite la detección oportuna de las variables más relevantes que impactan en la atención de los consumidores.

La evaluación se efectúa en una escala de 1 a 7, respecto a cuatro puntos sensibles de la relación con los clientes:

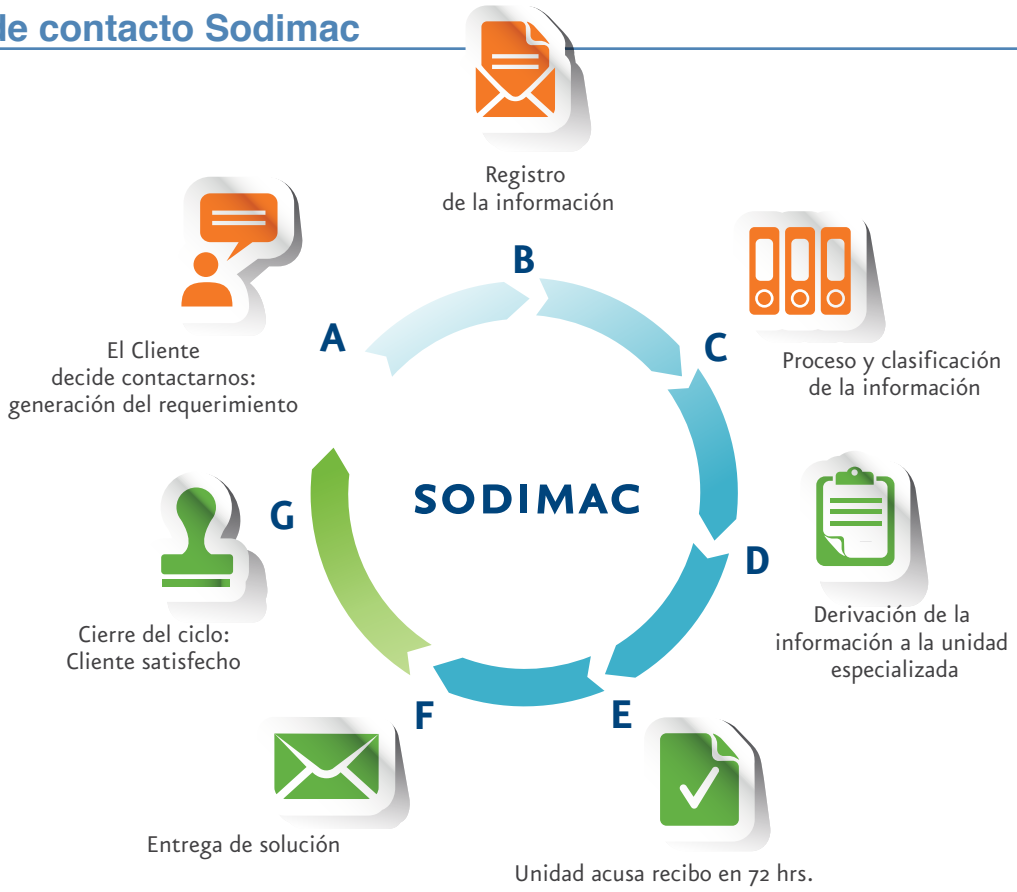
- Infraestructura.
- Atención en caja.
- Atención del personal de venta.
- Satisfacción del producto.

En 2012 se entrevistó a un total de 8.630 clientes de los cuales el 83% se manifestó satisfecho, evaluando con nota 7 y 6 la experiencia de compra en Sodimac.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN	2010	2011	2012
Clientes encuestados	8.138	8.081	8.630
Nota 7	53%	51%	52%
Nota 6	31%	31%	31%
Nota 5	10%	11%	11%
Nota 4	6%	7%	6%

Fuente: Sodimac.

Ciclo de contacto Sodimac



Contacto Sodimac

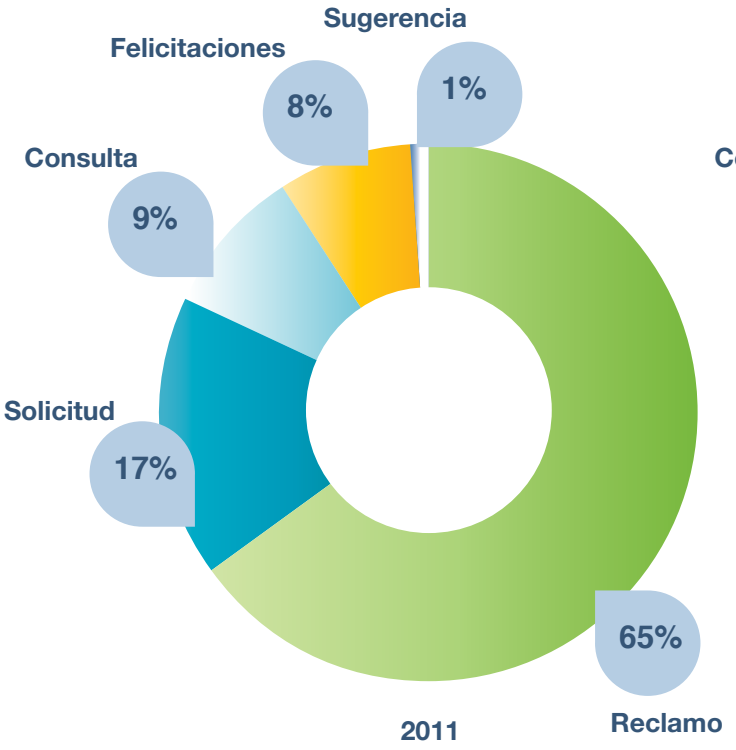
Adicionalmente, durante más de una década ha operado el canal de escucha denominado Contacto Sodimac. Éste actúa en forma permanente como soporte integral a los requerimientos generados por los clientes en las diferentes áreas de la compañía, contando con equipos en todas las tiendas y oficinas de apoyo.

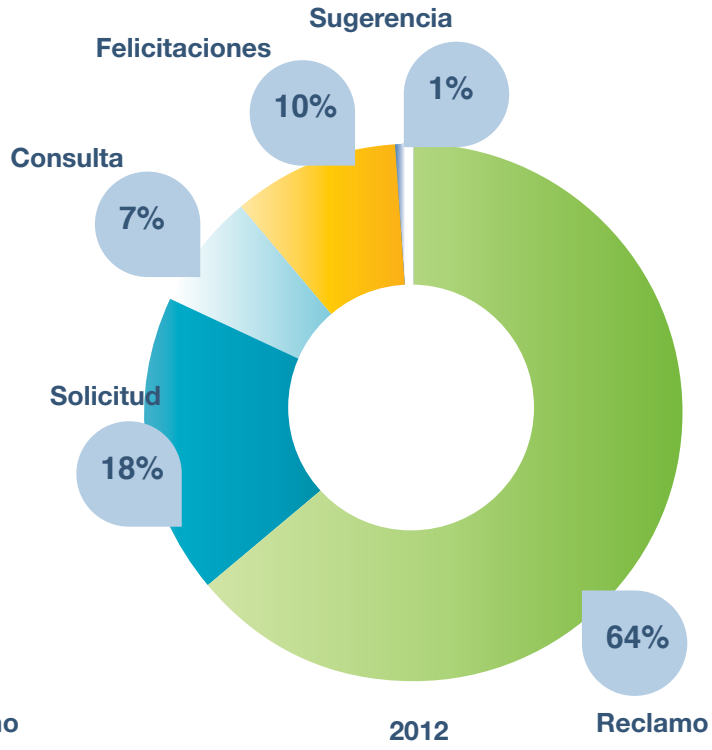
Los siguientes son los canales de escucha para la atención al cliente:

- Call center atención a clientes.
- Buzones en tiendas.
- Correos electrónicos al personal de Sodimac.
- Página web y redes sociales de la compañía.
- Línea directa, cartas de Sernac y medios de prensa.
- Mediciones de atención Cliente Incógnito.

Por intermedio de la Gerencia de Atención a Clientes, Sodimac ha establecido un mecanismo que permite el seguimiento, procesamiento y respuesta de todas las solicitudes, consultas, felicitaciones, sugerencias y reclamos de los clientes.

Durante 2012, se generó un total de 118.160 requerimientos de clientes, de los cuales 75.922, es decir, un 64%, fueron reclamos que ingresaron vía internet, call center o por escrito en nuestros buzones. Éstos representaron un 0,25% del total de transacciones realizadas en 2012.





Fuente: Sodimac.

AÑO	TOTAL REQUERIMIENTOS DE CLIENTES
2012	118.160
2011	104.205
2010	95.011

Fuente: Sodimac.

AÑO	2011	2012		
Total de reclamos	**N° Total**	**% de reclamos**	**N° Total**	**% de reclamos**
Área Servicios	35.365	52%	39.098	51%
Productos	14.831	22%	15.765	21%
Áreas Verdes	7.910	12%	8.390	11%
Internet	2.730	4%	4.927	6%
Área Cajas	2.567	4%	2.930	4%
Otros	4.000	6%	4.812	6%

Fuente: Sodimac.

Convenio Sodimac – Sernac

Sodimac mantiene un convenio de interoperabilidad con el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) que facilita la gestión de reclamos de los clientes. El sistema opera a través de una plataforma que Sernac ha desarrollado con este fin, la que permite recibir de manera electrónica una notificación inmediata cuando llega un reclamo a la repartición. Acto seguido, la empresa se compromete a dar respuesta dentro de un plazo máximo de siete días hábiles.

Durante 2012 Sodimac recibió 1.868 reclamos a través de esta vía, de los cuales respondió un 99,7 % con una demora de seis días; versus el 92% de respuesta realizado por las empresas en general a nivel país y los 258.051 reclamos totales a nivel nacional recibidos por el Sernac.

Adicionalmente, desde 2011, Sodimac forma parte y es miembro activo del Observatorio del Consumo, iniciativa del Sernac que busca articular a distintos actores sociales, promoviendo la producción de conocimiento académico y social en materia de consumidores. (Más información en www.onacon.cl).

Sodimac en las Redes Sociales

Las redes sociales son una herramienta de relacionamiento y contacto con los clientes cada vez más relevante. Al cierre de este reporte, la cuenta de Sodimac en Facebook contaba con 365.775 seguidores, en tanto que la cuenta de Twitter alcanzaba 7.369 seguidores, el canal de Youtube tuvo 8.412.501 reproducciones, respectivamente. La compañía también está presente en el geolocalizador Foursquare.

Esta activa presencia en redes sociales cumple la función de escuchar a los clientes para entender sus expectativas y necesidades, además de entregar asesoría sobre productos y servicios, presentar nuevas campañas publicitarias y generar una comunidad de aprendizaje. Este es un desafío de largo plazo, en el cual se seguirá trabajando con gran énfasis, considerando que estos medios dan la posibilidad de relacionarse con los clientes y la comunidad de una manera más directa y ajustada a las necesidades de los consumidores, permitiendo entregar contenido sencillo, educativo y responsable.

Ética publicitaria y normativa legal

Nuestra comunicación de marketing hacia todos los públicos se basa en estrictos parámetros éticos apegados a la buena fe, a la competencia leal y a las buenas prácticas publicitarias. Por ello, Sodimac adhiere voluntariamente al Código de Ética Publicitaria y a los principios del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar).

En este contexto, el manejo de la privacidad de la información de nuestros clientes se basa en el respeto a las normas que rigen y nos obligan a mantener reserva de todos los datos personales de los consumidores y su prohibición de entregar a terceros, incluyendo empresas que tengan relación con la compañía. En este sentido, durante 2012 la empresa no registró incidentes, reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

En 2012, Sodimac adhirió a los principios del Código de Autorregulación de la Asociación de Marketing Directo de Chile (AMD) que busca establecer normas generales de responsabilidad y ética para todas las actividades que comprende el marketing directo en las compañías. Al cierre de este reporte, Sodimac se encuentra en proceso de certificación del código de autoregulación AMD.

En relación al cumplimiento con la normativa y respeto a la ley, durante 2012 la compañía enfrentó un total de 64 juicios relacionados con la Ley del Consumidor, lo que representa una disminución de causas en comparación al año anterior.

CAUSAS JUDICIALES Y DEMANDAS

Concepto	2010		2011		2012	
	N° causas	Montos	N° causas	Montos	N° causas	Montos
Salud y seguridad	29	$263.705.652	47	$379.917.718	35	$318.976.688
Información y etiquetado	29	$128.789.167.551	41	$208.479.524	25	$93.024.033
Publicidad y marketing	8	$5.826.261	1	(**)	1	**
Otros (*)	7	$55.264.585	14	$1.445.279.276	3	$1.500.000
Total	**73**	**$453.585.665**	**103**	**$2.033.367.518**	**64**	**$413.500.721**

Nota: Todos los montos reportados aluden a la cuantía demandada y no al valor pagado al final del juicio.
(*) Problemas de instalación, robo de tarjetas, entre otros.
(**) Causa terminada con sentencia absolutoria, donde no se dio lugar a la denuncia.
Fuente: Sodimac.

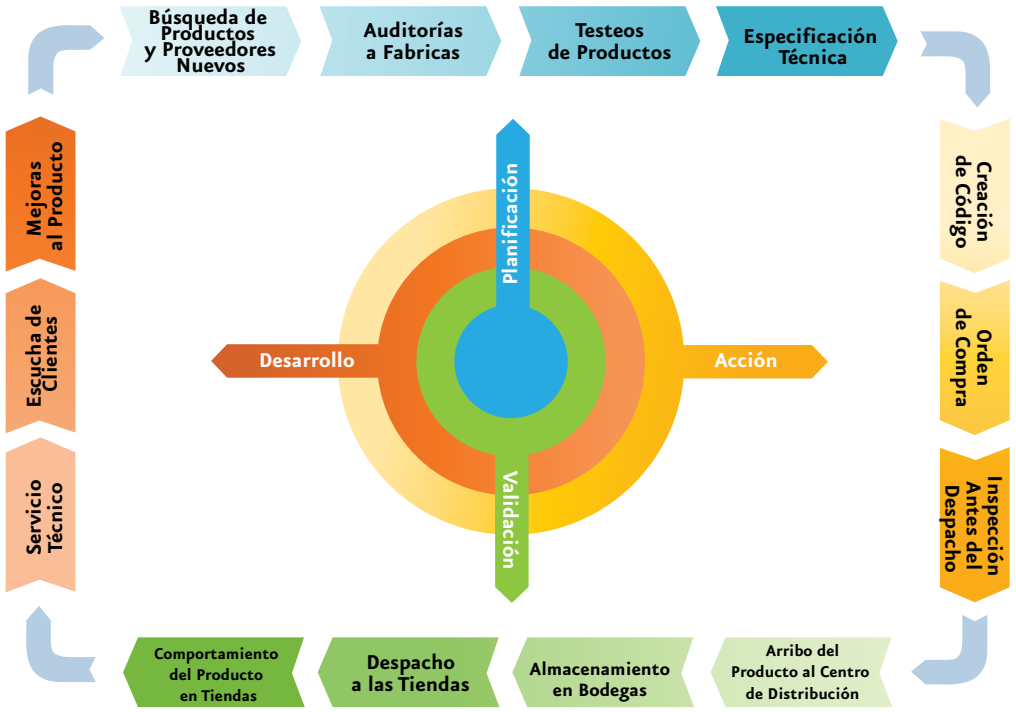
Comprometidos con la calidad y seguridad

Sodimac aplica una Política de Comercio Responsable a objeto de resguardar la calidad y seguridad de los productos que ofrece a sus clientes, además de asegurar el inventario y supervigilar que en su elaboración se apliquen criterios de sostenibilidad y responsabilidad social.

Esto lleva a una serie de exigencias a los proveedores respecto a normas de seguridad laboral, verificación de rotulación y etiquetado de productos, y cuidado del medioambiente. La empresa incluso efectúa visitas e inspecciones a las plantas productivas, realiza pruebas de productos y establece estándares técnicos mínimos (SPEC) de fabricación.

La calidad y la seguridad de todas las líneas que se incorporan al stock en oferta son testeadas por un equipo de profesionales y, al mismo tiempo, los productos son chequeados a lo largo de su ciclo de vida.

Modelo Control de Calidad



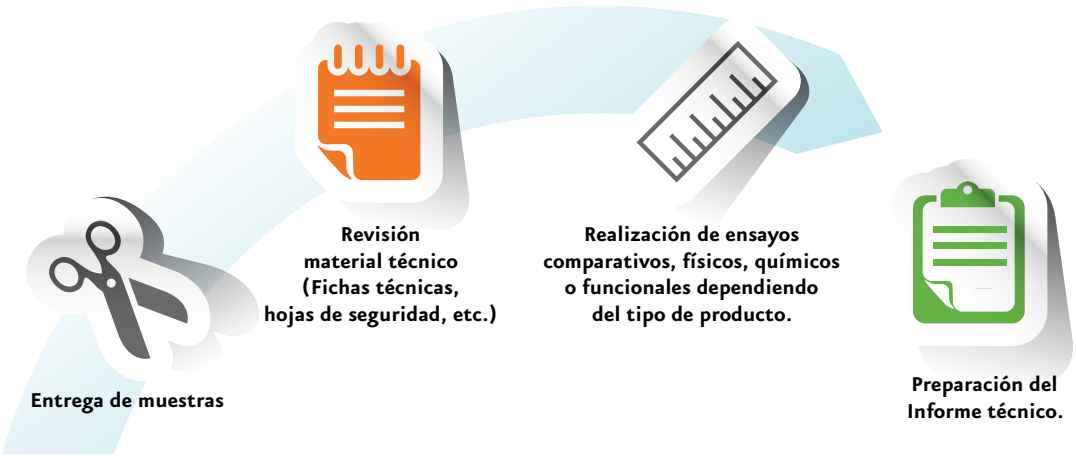
Testeos de productos

Para verificar la seguridad y el uso de la mercadería, el área de Control de Calidad contrata los servicios de laboratorios nacionales y extranjeros, con especial énfasis en los productos eléctricos y de mobiliario.

Además, Sodimac impulsa entre sus proveedores -tanto nacionales como extranjeros- la presentación de testeos efectuados a sus productos en laboratorios externos, con el objetivo de contar con dicho respaldo al momento de incorporar un producto.

También, se han potenciado los testeos internos, realizados en un laboratorio propio con instrumentos específicos para distintas categorías de productos. En 2012, se realizaron más de 300 ensayos y testeos internos que fueron realizados por profesionales del área de control de calidad de Sodimac, quienes una vez concluidas las pruebas, eventualmente solicitan mejoras a los proveedores.

Ciclo Testeo de Productos



TESTEOS EXTERNOS DE PRODUCTOS	2010	2011	2012
Testeos de productos realizados en Chile	1.518 unidades	1.021 unidades	910 unidades
Testeos de productos realizados fuera de Chile	100 unidades	64 unidades	65 unidades

Fuente: Sodimac.

Inspecciones Nacionales

Con el objetivo de asegurar la calidad de los productos nacionales que se pone a disposición del público, se realizan exigentes inspecciones con las cuales Control de Calidad verifica la calidad de la señalética en empaque, rotulación, código de barras, accesorios, manual y paletizado.

Asimismo, se efectúan inspecciones preventivas a productos de temporada, como calefacción, terraza y parrillas, entre otros. En tanto, las inspecciones correctivas se aplican al detectarse errores en los productos que los proveedores deben mejorar.

Durante este proceso, toda inspección tiene un resultado que libera o no el despacho de los productos y que puede ser del tipo:

• Aprobado: donde la orden de compra cumple los requerimientos solicitados por Sodimac y los productos pueden ser despachados. En este ítem hay casos aprobados con observaciones que pueden corregirlas al momento de la inspección o antes del despacho.

• Rechazado: orden de compra no cumple los requerimientos solicitados por Sodimac y los productos no pueden ser despachados.

ESTADO DE LA INSPECCIÓN	2010	2011	2012
Aprobado	479	298	381
Rechazado	281	199	106
Total de Inspecciones	**851**	**497**	**487**

Fuente: Sodimac.

Inspecciones Internacionales

Las inspecciones realizadas a proveedores extranjeros (especialmente asiáticos) consideran las especificaciones técnicas, los componentes y características funcionales de los productos, y se revisa cada uno de los puntos requeridos por Control de Calidad.

Adicionalmente, se inspecciona que la producción haya sido realizada siguiendo fielmente la especificación propia del producto y que cumpla con los materiales y especificaciones solicitados. En esta etapa es considerado el producto en su totalidad, verificando manuales, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado.

En 2012, aumentaron las inspecciones en Asia, llegando a 2.250 y se inspeccionó a 465 proveedores.

INSPECCIONES EN ASIA	2010	2011	2012
Número de inspecciones	2.123	1.974	2.250
Número de proveedores inspeccionados	390	449	465

Fuente: Sodimac.

Marcas Propias y Soporte Técnico

Sodimac manda a fabricar y etiqueta productos bajo el criterio de "marcas propias", por lo cual dado lo anterior, la empresa asume una mayor responsabilidad en cuanto a las exigencias sobre calidad, funcionamiento y postventa de los mismos. De hecho, buena parte del trabajo realizado por la Gerencia de Calidad se concentra en el seguimiento de estos productos en las diferentes etapas de su ciclo de vida.

En el ámbito de la postventa, para todos los productos marca propia, como grifería o aquellos que funcionan con energía eléctrica o algún tipo de combustible, Sodimac ha establecido un servicio técnico exclusivo para la reparación, administración de repuestos y atención de los requerimientos de clientes. Actualmente existen 757 productos de marca propia que cuentan con servicio técnico controlado por la compañía y que en 2012 atendió un total de 17.232 productos de diversas categorías.

Módulos de Soporte Técnico

El objetivo de Control de Calidad en la última etapa del ciclo de venta apunta a preparar el escenario de postventa para los productos de importación directa o de los que Sodimac es representante exclusivo, estableciendo lineamientos hacia los proveedores para el cumplimiento del servicio técnico.

Durante los últimos 6 años, Sodimac ha desarrollado un proyecto consistente en la instalación de módulos de Soporte Técnico en tiendas, los cuales ya se encuentran ubicados en 44 locales a lo largo del país, estando a cargo de técnicos cuya misión es ayudar a los clientes en la puesta en marcha del producto adquirido, informarles acerca de su mejor uso y enviarlos al servicio técnico especializado si así se requiere.

ATENCIONES DE SOPORTE TÉCNICO	
2010	341.861
2011	296.046
2012	362.778

Fuente: Sodimac.

Acciones de Marketing Responsable

La publicidad y los catálogos promocionales desarrollados por Sodimac son pensados para entregar una asesoría experta a los clientes. Con ellos, se pretende reforzar el concepto del ahorro y de las labores y cuidados que éstos pueden ejecutar directamente en sus hogares, a través de consejos útiles en el cuidado de su casa.

En 2012, Sodimac tomó la decisión de reducir su número de catálogos impresos, dejando de imprimir 1.800.000 ejemplares. Se estima que esta medida significó una reducción de 1.047 toneladas de dióxido de carbono.

Adicionalmente, se elaboró el segundo catálogo digital ECO que incorporó la totalidad de estos productos. También, se añadió información sobre la huella de carbono y los Puntos Limpios de reciclaje, además de entregar consejos sustentables y ecoeficientes al público.

CATÁLOGOS	2010	2011	2012
Marca Sodimac Constructor (*)			
N° catálogos Sodimac Constructor	4	6	15
Marca Homecenter Sodimac (**)			
N° catálogos Homecenter Sodimac	57	71	53

(*) Marca Sodimac Constructor: incluye acciones vinculadas al formato de materiales de la construcción.
(**) Marca Homecenter Sodimac: incluye acciones vinculadas al formato mejoramiento del hogar.
Fuente: Sodimac.

Hágalo Usted Mismo

Desarrollada hace más de 15 años, constituye una de las principales iniciativas de la empresa y se difunde a través de diversos soportes, entre los que destacan un programa de televisión, talleres para clientes en tiendas y contenidos especiales en los catálogos.

Hágalo Usted Mismo es una invitación a realizar labores y trabajos en la casa, orientados principalmente al mejoramiento del hogar. A través de ideas, soluciones prácticas y la asesoría de expertos se entregan conocimientos para que las personas construyan muebles, realicen reparaciones y mantengan en buen estado sus viviendas, ayudando así a mejorar su calidad de vida, entretenerse y ahorrar dinero. La idea es orientarse a las necesidades y problemas comunes que todos podemos tener en la casa, como por ejemplo arreglar desperfectos, mejorar los espacios o dar algunas soluciones decorativas.

Para facilitar los trabajos se explican detalladamente las acciones con el método "paso a paso", para que cualquier persona con las herramientas y materiales adecuados pueda realizar un proyecto o reparación específica en su casa.

En 2012, se realizaron 40 capítulos del programa de televisión Hágalo Usted Mismo que se transmite en Televisión Nacional de Chile, además se publicaron 6 revistas digitales y se impartieron 118 talleres para adultos y niños en nuestras tiendas. (Más información en www.hagaloustedmismo.cl)

Círculo de Especialistas Sodimac

El programa Círculo de Especialistas Sodimac (CES) es un proyecto emblemático de la empresa en el plano de los negocios inclusivos. Desarrollado desde 2005, permite que la compañía se relacione con un creciente grupo de clientes habituales de Sodimac: maestros especialistas y contratistas.

El objetivo del CES -actualmente con 280.000 socios de Arica a Punta Arenas- es capacitar formalmente a estas personas y entregarles herramientas que les permitan mejorar su trabajo y la gestión de su negocio para alcanzar un mayor desarrollo personal y profesional.

Con este programa la compañía tiene la oportunidad de apoyar y contribuir, desde su actividad, al crecimiento y desarrollo de este grupo específico de especialistas, transformándose en un socio y aliado en su camino de emprendimiento.
(Más información en www.circulodeespecialistas.cl)

Ventajas para los socios del CES:

- Postulación a becas.
- Capacitaciones gratuitas en tienda.
- Cursos para ser instaladores autorizados.
- Ferias de capacitación.
- Visitas a fábricas.
- Desayuno en tiendas.
- Bolsa de trabajo.
- Descuentos especiales en arriendo de herramientas.
- Entrega de la Guía Maestra, entre otros.

Programa de Becas

Para canalizar las capacitaciones a este grupo, Sodimac creó un plan de becas de perfeccionamiento para especialistas de la construcción que forman parte del CES, el cual cumplió siete años operando, siendo impulsado en alianza con instituciones de educación superior para entregar un reconocimiento formal a las competencias desarrolladas por éstos.

En 2012, la iniciativa fue desarrollada en conjunto con la Universidad Santo Tomás, Universidad Las Américas, Capacita de la Cámara Chilena de la Construcción y el Instituto DuocUC. En el período, se entregaron 1.200 becas, llegando a un total de 5.640 socios becados que han recibido este beneficio desde 2007.

Los cursos impartidos contemplaron la mejora de habilidades y competencias en áreas de: Instalaciones Eléctricas Domiciliarias, Gasfitería en Baja Presión, Soldadura al Arco Eléctrico, Computación, Albañilería, Carpintería en Obra Gruesa, Instalación de Pavimento de Interiores y Carpintería en Terminaciones.

Una vez finalizada su capacitación, los becados reciben un diploma que certifica los conocimientos y habilidades adquiridos, lo que les permite diferenciarse y potenciar sus capacidades emprendedoras.

ACTIVIDADES DEL CES	2010	2011	2012
N° de socios	213.659	250.000	280.000
N° de socios certificados SEC	50	84	50
N° de ferias	7	9	21
N° de capacitaciones	750	499	446
N° de visitas a fábricas	10	14	40

Fuente: Sodimac.

CUIDEMOS
LA CASA
DE TODOS

Medio Ambiente

Sodimac concibe su crecimiento como un avance continuo, pero respetuoso con el entorno. En 2012, la empresa se esforzó para seguir mejorando en la evaluación y mitigación de sus impactos ambientales, así como para promover el uso eficiente de los recursos y cuidado del medioambiente al interior de la organización, entre clientes y la comunidad.

Proyecto de forestación urbana Sodimac

4.273
Árboles plantados en 2012

11.989
Total de árboles plantados a la fecha

Consumo energético eficiente

En 2012 se siguió haciendo esfuerzos para el cuidado y uso eficiente de la electricidad, de acuerdo al compromiso suscrito en el Protocolo de Ahorro y Eficiencia Energética de 2008. El consumo ascendió a 114.739.555 Kwh.

Construcción sustentable

Los nuevos Homecenter abiertos en 2012 en Puente Alto, Concepción, Talca, San Fernando y Alto Hospicio, incorporan equipos de climatización de bajo consumo y aprovechan la luz natural para un menor consumo energético. El nuevo edificio corporativo, en Renca, también fue construido con criterios sustentables.

Compr
con
Medioar

Huella de Carbono de Sodimac

Los resultados 2012 ascendieron a 488 miles de toneladas de dióxido de carbono equivalente (k tCO2-e), dentro de lo cual destacan las emisiones por transporte de productos en territorio nacional (37%), transporte de clientes que visitan las tiendas (32%), manufactura de combustibles utilizados en transporte y otros usos (12%), consumo de electricidad de la empresa (10%) y transporte marítimo de importación (5%). Esto equivale a unos 10 kg CO2-e por transacción.

488
Miles de toneladas de CO^2 se consumieron en 2012.

37%
Transporte de productos

32%
Transporte de clientes

12%
Manufactura

10%
Electricidad de la empresa

romiso
n el
mbiente

Consumo de agua

Si bien Sodimac no consume agua para usos industriales, se ha impuesto gestionar la medición del consumo de agua en la totalidad de las tiendas del país. 685.433 m3 fue el consumo 2012.

685.433
Consumo agua 2012

Reciclaje y disposición de residuos

Durante el 2012, el programa de reciclaje de papeles y cartones de embalaje permitió reciclar 5.074.656 kilos de materiales, lo que equivale a 27.911 Mwh de ahorro energético, 5.075 toneladas de CO2 y 134.468 m3 de agua.

27.911
Mwh de ahorro energético

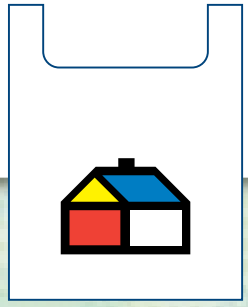
Puntos Limpios en tiendas

Durante 2012, los tres Puntos Limpios ubicados en tiendas superaron las 127 mil visitas, logrando 930.872 kilos de materiales reciclables, acumulando desde 2010 un total de 1.691 toneladas de material, lo que equivale a 2.534.454 kwh de ahorro energético, 5.525 toneladas de CO2 y 17.839.522 litros de agua.

Reducción de bolsas plásticas

En el marco del esfuerzo para un uso más eficiente de bolsas plásticas oxobiodegradables, en 2012 se utilizaron 75.282.544 bolsas (1,5 bolsas por transacción), 5% menos con respecto al año anterior.

5%
Menos que el año 2011



Compromiso con el medioambiente

Por tercer año consecutivo, Sodimac se hace cargo de cuantificar las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (Huella de Carbono) asociadas a sus operaciones.

Este proyecto fue realizado por la consultora Proyectae utilizando la metodología establecida en el Greenhouse Gas Protocol, incluyendo las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) propias y directas de la empresa por uso de combustibles fósiles y fuga de gases refrigerantes, la electricidad consumida y las emisiones indirectas relacionadas principalmente con el transporte de los productos, trabajadores y clientes, junto con la manufactura de insumos operacionales de las tiendas y oficinas corporativas.

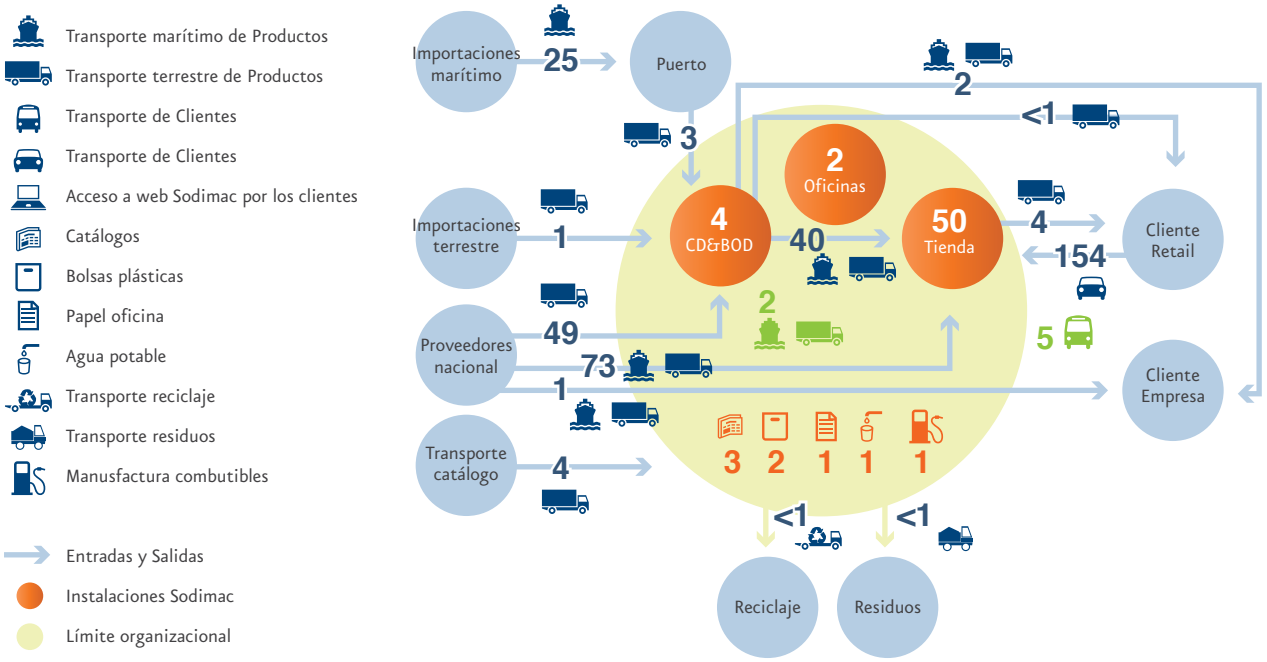
Los resultados 2012 arrojaron un total de 488 miles de toneladas de dióxido de carbono equivalente (k tCO_2-e), dentro de lo cual destacan las emisiones de GEI por transporte de productos en territorio nacional (37%), transporte de clientes que visitan las tiendas (32%), manufactura de combustibles utilizados en transporte y otros usos (12%), consumo de electricidad de la empresa (10%) y transporte marítimo de importación (5%). Esto corresponde a aproximadamente a 10 kg CO_2-e por transacción.

Adicionalmente, se ha realizado una estimación de las emisiones de GEI por la manufactura de los productos principales que comercializa Sodimac. Esta información permitirá comenzar a analizar el alcance de la gestión de la empresa, como también evaluar medidas de mejoramiento. Dado que los resultados de esta estimación son parciales y referenciales es que se excluyen del total de emisiones de GEI informado. Otras exclusiones del estudio son la construcción de nuevas instalaciones, devoluciones de clientes, uso de los productos comercializados, entre otros.

Al analizar la evolución de los resultados de la Huella de Carbono de Sodimac en los últimos tres años (2010 al 2012), se observa un aumento de las emisiones GEI, con 43% respecto de 2011 y un 76% en comparación a 2012. Estos incrementos se explican principalmente por el efecto del proceso de medición. Cabe destacar que en la última medición se presentan mejoras en el manejo de información, principalmente en la categoría de emisiones “scope 3”, esto es fuera del control directo de la empresa.

Emisiones Gases de Efecto Invernadero Sodimac

Valores en $ktCO_2$-e



Emisiones GEI Total 2012= 488 $ktCo_2$-e

Valores aproximados a miles de tCO2-e

Fuente: Proyectae

A continuación se enumeran los principales cambios:

- **Actividad de Sodimac:** Durante este periodo se incrementó su operación en un 7% en transacciones respecto del año anterior, consistente con el aumento del número y superficie de tiendas. En esta medición se incluyeron 66 tiendas, centros de distribución y oficinas centrales.
- **Masa de productos comercializados:** La información disponible registra una masa total 4,6 kt de productos comercializados, lo cual representa un aumento de 155% respecto al año anterior. A esto se suma la mejor información del sistema logístico, incluyendo distancias recorridas, número de viajes, tipo de camión, entre otros.
- **Emisiones por transporte de clientes:** Esta información se obtuvo a través de encuestas comerciales a los clientes, entregando como resultado una mayor distancia recorrida por persona en comparación con las estimaciones anteriores. Esto explica un aumento de 56% de las emisiones de GEI entre el 2011 y 2012.
- **Actualización de factores de emisión:** De acuerdo a los valores entregados por el Ministerio de Energía, el factor de emisión de las matrices eléctricas SING y SIC aumenta en un 11% para el 2012 y un 3% con respecto al 2011; siendo normal el cambio anual en los factores de emisión relacionados con el nivel de agua acumulada en embalses, proporción de uso por combustibles y otras razones propias de la generación eléctrica nacional.
- **Nuevas fuentes de emisión:** Durante este periodo se incluyen las emisiones GEI de la manufactura de los principales insumos operacionales como bolsas plásticas, catálogos, agua y papel consumidos en las tiendas, lo cual representa el 1% de las emisiones GEI totales. Adicionalmente se incluye la manufactura del combustible utilizado en el total del transporte, lo cual representa el 12%.
- **Indicadores de gestión ambiental:** Estos indicadores contemplan variables ambientales como energía, agua, residuos y reciclaje para las tiendas, lo que permitirá en 2013 realizar una gestión directa de las tiendas para mejorar el desempeño de la compañía.

Proyecto de forestación urbana Sodimac

En 2012, Sodimac siguió desarrollando un proyecto iniciado en 2011 con el objetivo de reducir o mitigar el impacto de sus emisiones de gases contaminantes, y así reducir su huella de carbono. Durante el año, se plantaron 4.273 árboles, con lo que la empresa ya suma 11.989 árboles, fundamentalmente especies nativas, distribuidos en el Parque Metropolitano de Santiago (PMS, uno de los principales pulmones verdes de la capital) y los cerros Chena y Polanco, entre otros.

Para su mantención, se utiliza un sistema de riego tecnificado, vigilancia y cuidado de expertos para asegurar que efectivamente puedan crecer; esto ha permitido alcanzar un 80% de prendimiento.

Este proyecto se enmarca en una alianza con Fundación Chile y el PMS, entidades con las que se ha coincidido en generar acciones para el cuidado del medioambiente y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad de Santiago.

La empresa tiene el desafío de cumplir este proyecto que consiste en la plantación de 16.000 árboles, para ello en 2013 se plantarán 4.011 árboles.

Parque Bicentenario de la Infancia

2011

2012

FORESTACIÓN URBANA SODIMAC			
Plantación 2011			
Sector de Forestación	**Especies**	**Árboles Plantados**	**Prendimiento**
Cerro Polanco (Bosque Santiago)	Algarrobo, Espino, Pimiento, Quillay y Taras	2.860	82%
Parque Bicentenario de la Infancia	Almendros	535	100%
Jardín Botánico Mapulemu	Varias especies nativas	111	85%
Cerro Chena (Bosque Santiago Sur)	Algarrobo, Pimiento, Quillay y Peumo	3.250	98%
Zoológico Metropolitano	Varias especies exóticas	960	98%
Total		**7.716**	**80%**

Plantación 2012			
Sector de Forestación	**Especies**	**Árboles Plantados**	**Prendimiento**
Sector de Forestación	Especies	Árboles Plantados	Prendimiento
Cerro Polanco (Bosque Santiago)	Quillay, Pimiento, Algarrobos y Molle	2.160	82%
Cerro San Cristóbal (Sector Bajo Tupahue)	Quillay, Pimiento, Maitén y Taras	2.113	75%
Total		**4.273**	**79%**

Nota: El 2013 la empresa plantará 4.011 árboles más, alcanzando un total de 16.000.
Fuente: Parque Metropolitano de Santiago y ECO Soluciones.

SCX

Sodimac integra la Bolsa de Clima de Santiago (SCX) en calidad de miembro fundador, siendo la primera firma de su tipo en formar parte de un proyecto de esta naturaleza. Se trata de una iniciativa pionera en la región, cuya misión es promover el desarrollo de los "mercados verdes" de reducción de gases de efecto invernadero (GEI) en Chile y Latinoamérica. A través de metodologías homologadas con Europa, Estados Unidos, Japón, China y Australia, la SCX permite que cualquier organización o persona interesada pueda participar en el desarrollo de proyectos de reducción de CO_2 o la compra de dichos certificados.

Construcción sustentable

Entre las prácticas de la compañía, destacan los avances en la implementación de tiendas "verdes" y la incorporación de equipamiento para un uso eficiente de los recursos, permitiendo reducir el consumo energético en los puntos de venta.

A partir de una primera experiencia adquirida en la tienda de Copiapó en 2008 (el primer punto de venta sustentable certificado LEED en el país y Latinoamérica, otorgado por US Green Building Council), se adoptó la decisión a nivel corporativo para que todos los nuevos locales de Sodimac se construyan con equipamiento de última generación y según los estándares internacionales de desarrollo sustentable, lo que permite ahorrar cerca de un 30% por concepto de energía.

Los nuevos Homecenter que empezaron a operar en 2012 en Puente Alto, Concepción, Talca, San Fernando y Alto Hospicio, incorporan equipos de climatización de bajo consumo y aprovechan la luz natural para reducir el consumo energético en la sala de ventas, entre otros elementos que permiten un uso más eficiente de los recursos.

Estos mismos criterios fueron utilizados en el nuevo edificio corporativo de la empresa, en la comuna de Renca, el cual fue diseñado tomando en cuenta los más modernos estándares de uso eficiente de la energía, y en cuya construcción se procuró emplear materiales amigables con el medioambiente.

Gastos e inversiones ambientales

En 2012, Sodimac hizo una serie de gastos e inversiones relacionados con avances en temas medioambientales, los cuales apuntaron principalmente a la operación de las tiendas y su relación con los clientes. Los desembolsos más significativos corresponden al cambio de luminarias de bajo consumo realizado en 16 tiendas, según se detalla en el siguiente cuadro.

NOMBRE PROYECTO	31 Dic 2012 M$	31 Dic 2011 M$
Luminaria bajo consumo	1.944.325	132.350
Puntos reciclaje	158.521	141.246
Programa residuos peligrosos	67.768	92.758
Paneles solares	34.586	73.279
Huella de Carbono	25.558	175.892
Implementación Tiendas ECO	–	154.277
Fachada verde CH San Miguel	–	12.000
Total	**2.230.758**	**781.802**

Fuente: Sodimac.

Consumo energético eficiente

Alcanzar cada vez mayores grados de ahorro y eficiencia energética es uno de los principales compromisos de Sodimac. Con este fin, la empresa estableció metas tendientes a bajar el consumo de energía y efectúa permanentes mediciones, controles y verificaciones.

Concordante con ello, en 2012 se siguió haciendo esfuerzos para el cuidado y uso eficiente de la electricidad, de acuerdo al compromiso suscrito en el Protocolo de Ahorro y Eficiencia Energética de 2008. La compañía también continuó avanzando en el desafío de gestionar la medición de la totalidad de las tiendas del país y a su vez, implementar tecnologías en las tiendas nuevas y remodelaciones.

CONSUMO ELÉCTRICO TOTALES KWH		
2010	**2011**	**2012**
94.048.693	91.072.596	114.739.555

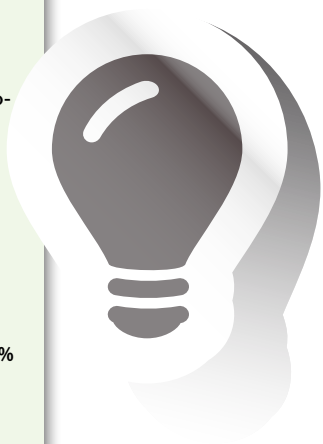
Nota: los datos del período 2010 y 2011 fueron actualizados según gestión del consumo realizada durante 2011. La información 2012 corresponde a una proyección realizada a partir de las facturas disponibles en los centros de distribución, oficinas de apoyo y un total de 65 locales, que corresponden al 96% del total de instalaciones.
Fuente: Sodimac.

El programa de eficiencia energética

- Procedimientos en cada tienda para controlar el uso de la iluminación, aprovechando la luz natural con ventanales o tragaluces, así como apagando luces no estrictamente necesarias y las luminarias durante la noche en sectores no destinados a la venta.
- Disminución de los niveles de iluminación en estacionamientos y cortes de las luces de fachadas y letreros publicitarios durante la noche.
- Sistemas de control automático en la operación de los equipos de climatización e iluminación en 53 tiendas ubicadas a lo largo del país. La programación de estos sistemas es determinada por Sodimac, mientras que la operación y la supervisión le corresponde a la empresa Trane.
- Los ahorros generados por la tiendas certificadas LEED Homecenter Copiapó y Homecenter Quilicura.
- Cambio de luminarias en 16 tiendas que permitieron un promedio de ahorro en las cuentas de electricidad de un 20%.
- La instalación de sistemas de climatización con tecnología Volumen de Refrigerante Variable (VRV) en todas las tiendas nuevas, se estima un ahorro energético de 9%
- La instalación de lámparas de inducción magnética para patios constructores en 8 tiendas, se estima un ahorro de 15% en electricidad.
- La instalación de paneles solares para agua caliente en 3 tiendas, se estima un ahorro de 40% en electricidad.

Acuerdo energético Sodimac–Chilectra

De manera adicional al Programa de Ahorro Energético, Sodimac mantiene un acuerdo con Chilectra que le permite desconectar del sistema eléctrico un total de 14 tiendas ubicadas en la Región Metropolitana, así como el Centro de Distribución de Lo Espejo. Este proceso se lleva a cabo sólo en las horas punta durante algunos días del período invernal.
Dicho acuerdo fue posible gracias a que la empresa cuenta actualmente con 18 generadores que funcionan con diésel, cuyo consumo en 2012 se estimó en 179 m3 de combustible, alcanzando a 91 tCO2-e, en el cálculo de la huella de carbono.



Control de emisiones hacia la capa de ozono

Sodimac es consciente de que sus tiendas utilizan una serie de equipos de climatización que funcionan con gases del tipo CFC, cuya liberación accidental hacia la atmósfera daña la capa de ozono. Por este motivo, para la empresa el cumplimiento de la normativa y el control de las emisiones de sustancias que destruyen la capa de ozono son un motivo de especial preocupación, lo que impulsó a la compañía a desarrollar un programa de revisión, reconversión y mantención de sus equipos de climatización.

El citado programa establece que todos los aparatos instalados antes de 2008 y que utilizan gas Freón 22 (R22) deben ser sometidos a revisiones mensuales para detectar y corregir eventuales fugas. Asimismo, todos los equipos instalados de 2008 en adelante usan como medio refrigerante el componente R407 o R410, que cumple con la normativa y los estándares exigidos por el Sesma en materia de sustancias que no dañan la capa de ozono.

Por otro lado, en la construcción de nuevas tiendas o en los procesos de remodelación se aplica la política de efectuar inversiones en sistemas de climatización de última generación que se ajusten a los estándares descritos.

De este modo, según la medición de la huella de carbono de Sodimac realizada en 2012, el total de fugas de gases refrigerantes alcanzó a 280 tCO2-e, lo que representa menos del 1% del total de las emisiones de la compañía.

SISTEMA DE CLIMATIZACIÓN EN TIENDAS

	2010	2011	2012
N° tiendas con R22	50	50	50
N° tiendas y CD con R407 o R410	8	10	16

Fuente: Sodimac.

Consumo de agua

Por las características de su actividad comercial, Sodimac no consume agua para usos industriales, sino que únicamente para la utilización de los trabajadores en duchas, en casinos y en los servicios higiénicos disponibles para los clientes.

El agua potable consumida por las tiendas, centros de distribución y oficinas de apoyo de Sodimac es suministrada en cada ciudad por las respectivas empresas sanitarias. Luego de ser utilizada, se descarga al sistema de alcantarillado público, según las normativas vigentes para la industria del retail. Debido al bajo consumo de las tiendas y a su uso no industrial, la empresa no posee proyectos específicos para el reciclaje o reutilización de aguas. No obstante, Sodimac se ha impuesto gestionar la medición del consumo de agua en la totalidad de las tiendas del país.

CONSUMO DE AGUA TOTAL M_3

2010	2011	2012
464.194	506.053	685.433

Nota: Los datos del período 2010 y 2011 corresponden a una estimación del consumo de agua en 54 locales. En 2012, se incluyen centros de distribución, oficinas de apoyo y 56 locales, representativos del 84% de las 67 tiendas consideradas en este reporte.
Fuente: Sodimac.

Residuos no peligrosos

Aunque Sodimac no ha considerado necesario incluir el papel y el cartón como materiales relevantes de consumo directo por parte de la organización, aplica un Plan de Reciclaje de Papel y Cartón, este último como material indirecto usado en el embalaje realizado por los diferentes proveedores, proceso iniciado en 2005 y en el cual se opera en alianza con la Sociedad Recuperadora de Papel (Sorepa).

Cabe resaltar que este reciclaje corresponde a cartón proveniente de embalajes y que la iniciativa contempla las tiendas en Chile.

Durante el 2012, este programa de reciclaje permitió reciclar 5.074.656 kilos de materiales papel, cartón y mixto, lo que equivale a 27.911 Mwh de ahorro energético, 5.075 toneladas de CO_2 y 134.468 m3 de agua. El ítem papel incluye papel blanco y de revista, y el ítem mixto considera papeles y cartulinas blancas y coloreadas, como copias de facturas, sacos de papel, envases y boletas de color, entre otros.

RECICLAJE DE PAPEL Y CARTÓN

Año	2010	2011	2012
Total kg	4.055.325	4.424.296	5.074.656

Fuente: Sorepa.

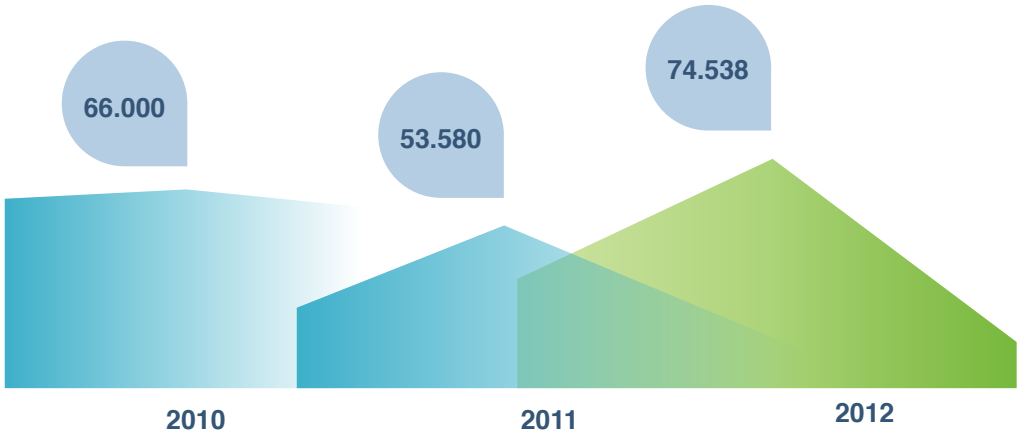
Residuos peligrosos

Sodimac dispone de un programa destinado a la eliminación de los residuos sólidos y líquidos originados en la operación de sus tiendas, cuyo carácter reviste daño para las personas y el medioambiente. El proceso consiste en la eliminación de baterías usadas, tubos fluorescentes, tarros de pintura vacíos, envases de solventes, aceites y residuos sólidos contaminados con hidrocarburos, los que son acopiados y almacenados en contenedores plásticos debidamente rotulados.

Reciclaje residuos peligrosos

Kilos

Fuente: Sodimac.



Equipos de derrame en tiendas

Cada tienda cuenta, además, con equipos de derrame distribuidos en las áreas donde se almacenan productos químicos, a fin de que su manipulación pueda ser controlada adecuadamente. También existe un POE (Procedimiento Operacional Estándar) de materiales peligrosos.

La empresa Proactiva y Gersa -certificadas en el retiro y transporte de residuos peligrosos- es la encargada de realizar el traslado de todos los residuos hacia la planta de disposición final, donde se lleva a cabo un proceso de inertización, recuperación y tratamiento físico químico de todos aquellos residuos que no son recuperables o valorizables.

Las tiendas que cuentan con cobertura de retiro y disposición de residuos peligrosos son 37, lo que representa el 55% del total de locales en el país. De este porcentaje, el 75% corresponde a tiendas de la Región Metropolitana y el restante a las de la Región de Valparaíso.

La compañía busca avanzar paulatinamente en la aplicación de este programa en todo Chile, lo que depende de que existan empresas locales autorizadas para efectuar el retiro de los residuos. La tipología de residuos eliminados durante 2012 en regiones muestra que la mayor cantidad corresponde a tarros de pintura vacíos, envases plásticos de solventes vacíos y basura industrial.

Ciclo de acopio y disposición de residuos peligrosos

Materiales del equipo de derrame:

- Basurero plástico.
- Guantes de PVC para químicos.
- Cal apagada.
- Botas de goma.
- Delantal plástico.
- Anteojos de seguridad.
- Mascarilla doble vía con filtro P-100.
- Material absorbente.
- Bolsas de basura.
- Detergente suave.
- Escoba.
- Etiquetas y marcadores.
- Pala metálica.
- Balde metálico con arena.

Reciclaje de residuos electrónicos

Sodimac también comparte la creciente preocupación en torno a la llamada basura electrónica, causada por el gran aumento porcentual de este tipo de desechos a nivel mundial. Frente a ello, la compañía cuenta con un programa de reciclaje electrónico en conjunto con la empresa Recycla, gracias al cual logró en 2012 reciclar 6.117 kilos de residuos electrónicos.

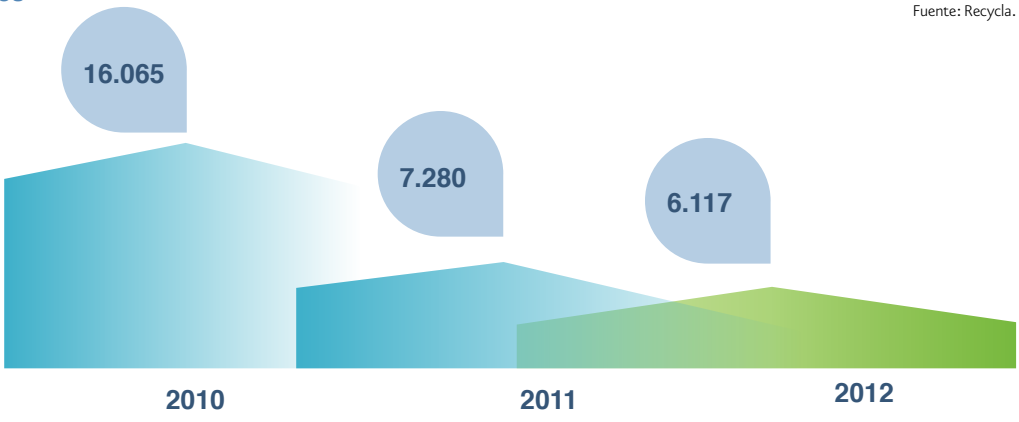
En 2012, en el marco del Día Nacional del Reciclaje, Sodimac y Recycla realizaron una demostración en terreno de procesos de reciclaje. Esta actividad, que se llevó a cabo en Homecenter Sodimac La Reina, contó con la presencia de la ministra del Medio Ambiente, María Ignacia Benítez, quien durante la actividad hizo entrega de contenedores de reciclaje electrónico donados por Sodimac a cinco colegios de las comunas de Peñalolén y La Reina, que participan en el Programa Nacional de Certificación Ambiental de Establecimientos Educativos.

Además, la compañía mantuvo su apoyo a un proyecto de Recycla consistente en la implementación de un medio de transporte denominado Recycla Móvil, cuya finalidad es el retiro de la basura electrónica en diferentes empresas de la Región Metropolitana. Con ello, también se fomenta la educación y la difusión sobre las consecuencias que tienen los residuos electrónicos en el medioambiente, siendo uno de los compromisos centrales de la política de la empresa en responsabilidad social.

Reciclaje residuos electrónicos

Kilos

Fuente: Recycla.



Promoviendo la sustentabilidad

Sodimac aprovecha una serie de plataformas propias, como el programa de televisión "Hágalo Usted Mismo", sus catálogos, el sitio web de la empresa, 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".

La compañía también participa activamente en el Comité Sustentable de la Asociación Nacional de Avisadores (ANDA), que busca que sus miembros promuevan acciones de sustentabilidad hacia los clientes y la sociedad.

Además, Sodimac forma parte de la Mesa de Trabajo del Retail para la Eficiencia Energética y en la Mesa de Trabajo del Chile Green Building Council, y apoya diferentes campañas masivas impulsadas por instituciones como la Agencia Chilena de Eficiencia Energética y la Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica, de la Dirección General de Aguas y el Ministerio del Medio Ambiente.

Por segundo año consecutivo, Sodimac auspició el concurso ECO Periodismo, iniciativa de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Andrés Bello que busca destacar a los periodistas y comunicadores que hayan logrado publicaciones en medios chilenos que ayuden a generar conciencia en torno a temas medioambientales y de sustentabilidad.

La empresa también se unió a la iniciativa de educación ambiental "Salva la Tierra". Este evento interactivo, que tiene como objetivo informar y concientizar a la comunidad escolar de la importancia del cuidado y la preservación del planeta. A través de este proyecto, más de 30.000 alumnos de 30 colegios de la Región Metropolitana pudieron participar en diferentes actividades como charlas de calentamiento global y cuidado del medio ambiente.

Además, por cuarto año apoyó el concurso Junior del Agua, que organiza anualmente la Dirección General de Aguas, premiando a la mejor investigación científica realizada por alumnos de enseñanza media del país. Los ganadores de este concurso representan a Chile en el Stokholm Junior Water Prize en Suecia, el certamen más relevante para jóvenes en la temática del agua en el mundo.

Asimismo, como una forma de crear conciencia de forma cotidiana y constante en las personas que visitan sus tiendas y en sus propios trabajadores, Sodimac forma parte de la iniciativa más grande a nivel mundial en la lucha contra el cambio climático, "La Hora del Planeta", apagando los letreros de las fachadas de sus tiendas a lo largo del país.

Puntos Limpios en tiendas

Desde 2010, Sodimac mantiene varios centros de acopio de materiales con fines de reciclaje llamados Puntos Limpios. Este esfuerzo se ubica dentro del contexto de acercarse a la meta "cero residuos", habilitando a la vez un espacio para que los hogares minimicen sus desechos.

Con esta iniciativa, se pretende colaborar con la reducción del impacto que genera la operación de las tiendas sobre el medioambiente, reduciendo, reutilizando y reciclando los residuos que producen los trabajadores de Sodimac y sus clientes.

Actualmente, existen tres Puntos Limpios ubicados en Parque Arauco, Peñalolén y La Reina, donde se reciben doce tipos de materiales reciclables con un destino garantizado de recuperación, entre los que se cuentan diferentes tipos de plásticos como PET/PETE, polietileno, polipropileno, poliestireno; vidrio, aluminio, chatarra y latas de conserva; tetra, cartones, papeles, diarios y revistas, entre otros. Estos residuos son compactados y enviados luego a empresas de reciclaje, maximizando la eficiencia del proceso.

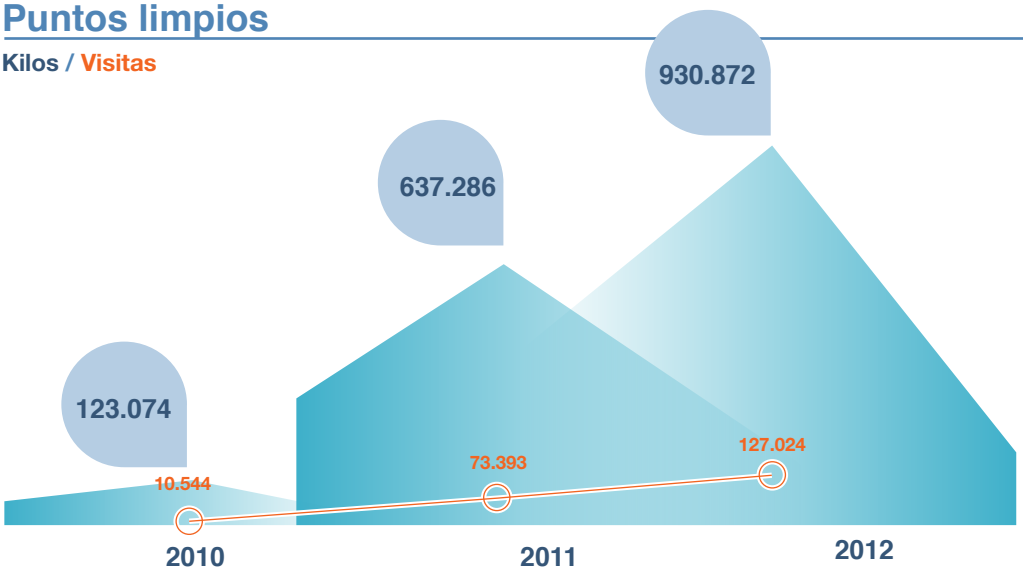
Durante 2012, estos Puntos Limpios superaron las 127 mil visitas, logrando 930.872 kilos de materiales reciclables en este período, acumulando desde 2010 un total de 1.691 toneladas de material, lo que equivale a 2.534.454 kwh de ahorro energético, 5.525 toneladas de CO_2 y 17.839.522 litros de agua.

Cabe resaltar que con el propósito de incentivar aún más esta práctica, la empresa desarrolló en 2012 la campaña "Recicla y Acumula CMR Puntos", consistente en otorgar un puntaje extraordinario a los clientes que reciclen desechos en los Puntos Limpios de la cadena, sin exigirles una compra previa en las tiendas para acceder a la promoción.

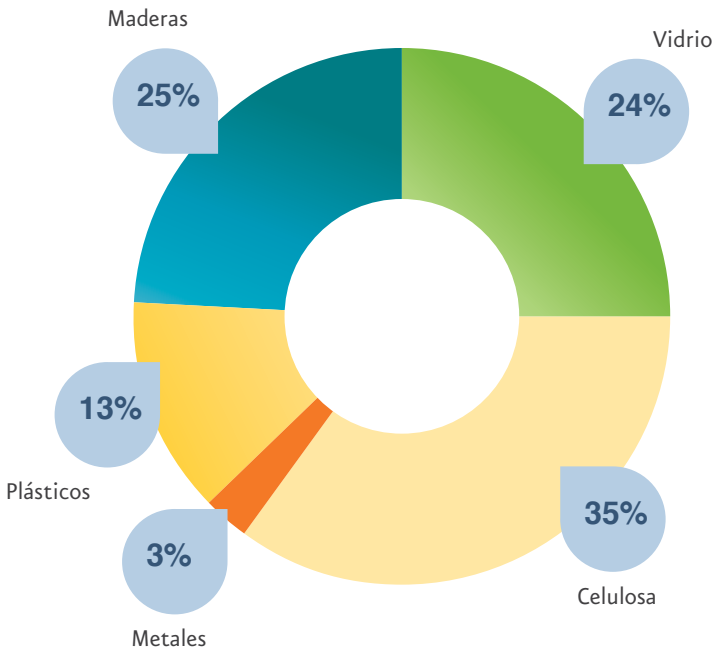
Sodimac definió en 2013 extender la operación de nuevos Puntos Limpios hacia otras tiendas del país.

Puntos limpios

Kilos / Visitas



Puntos Limpios



Fuente: Triciclos.

Reducción de bolsas plásticas

La reducción del uso de bolsas plásticas es un tema sensible para la industria de retail. Según el Ministerio del Medio Ambiente, en Chile se usan 250 millones de bolsas plásticas al mes, el 90% de las cuales termina en la basura y el resto diseminado en las calles, transformándose en un foco de contaminación.

De cara a esta realidad, Sodimac siguió impulsando en 2012 un proyecto para hacer más eficiente el uso y consumo de bolsas plásticas oxobiodegradables en sus tiendas. De acuerdo a los compromisos asumidos en tal aspecto, la compañía mantiene un sistema de monitoreo que cuantifica las bolsas plásticas utilizadas en sus locales, basado en el índice de transacciones (un promedio estimado en la cantidad de bolsas usadas por el cliente en cada compra). Gracias a ello, se cuantificó que en el ejercicio se utilizaron 768.874 kilos equivalentes a 75.282.544 bolsas (1,5 bolsas por transacción); esto es un 5% menos con respecto del período anterior.

Adicionalmente, durante el año se vendieron 41.432 bolsas reutilizables. Ésta es una iniciativa que responde al concepto de ayudar a crear una cultura de cuidado y mayor responsabilidad con el medioambiente entre los millones de clientes con los que Sodimac tiene interacción directa.

Compromiso con la Comunidad

Sodimac mantiene un fuerte compromiso con la comunidad en el sentido más amplio, ofreciendo capacitaciones, potenciando la participación de nuestros trabajadores en voluntariado corporativo y estrechando alianzas con instituciones con las que compartimos intereses comunes.

Compromiso con la Comunidad

Buen Vecino - Sodimac en acción

Programa emblemático de voluntariado, que consiste en la recepción de proyectos locales presentados por la comunidad. En 2012 se desarrollaron 65 proyectos, en los que participaron 1.700 trabajadores, beneficiando a 8.657 personas.

Un Techo para Chile

La empresa contribuye con precios preferenciales, recursos financieros y apoyo logístico para disminuir los costos de distribución de materiales en el país. También realiza la campaña anual Yo Sueño Mi Casa que recauda aportes de clientes. En 2012, adicionalmente, se realizaron tres voluntariados corporativos.

Teletón

El compromiso de la empresa es permanente y se traduce en iniciativas como el programa de voluntariado Abre, en el que trabajadores de la empresa mejoran accesos y condiciones deficientes en hogares de personas con discapacidad.

Pulso en las Comunidades

Durante 2012, Sodimac comenzó a evaluar el impacto de la apertura o remodelación de tiendas entre las personas que habitan dentro de su zona de influencia. La información recogida es un insumo clave para determinar acciones a adoptar en el futuro, con miras a generar un nuevo estándar de relacionamiento.

Fundación Nuestros Hijos

En 2012 se entregaron camas a menores de campamentos, quienes hasta entonces debían compartirla con uno o más miembros de su núcleo familiar. El plan contempla la entrega de 2.000 camas con sus respectivos textiles y colchones a 3.500 niños de 150 campamentos.

Compromiso con la Comunidad

Pulso en las Comunidades

Durante 2012, Sodimac comenzó a evaluar el impacto causado por las tiendas sobre las comunidades donde éstas se insertan. La empresa se esmeró por comprender mejor las necesidades de la comunidad y anticipar líneas de acción que permitan mantener una relación mutuamente beneficiosa.

La preocupación de la empresa por conocer las inquietudes de la comunidad inspiró la realización de una serie de estudios que arrojaron una valiosa y oportuna información respecto del impacto que provoca la apertura o remodelación de tiendas entre las personas que habitan dentro de su zona de influencia.

Dicha información se convierte en un insumo clave para saber el tipo de acciones que la compañía debe adoptar en el futuro, con miras a generar un estándar de relacionamiento con las comunidades que anticipe los intereses, necesidades y expectativas de la gente frente a la llegada de Sodimac, de modo de alcanzar el aval o licencia social para operar.

La investigación abarcó temáticas cualitativas y cuantitativas (ver diagrama) planteados a diversos públicos de interés en cinco nuevas tiendas: los Homecenter Sodimac de Quilicura, San Fernando, Talca Poniente, Chiloé y Alto Hospicio.

Estas temáticas fueron planteadas a autoridades, vecinos, líderes vecinales, líderes de opinión en la comunidad, jefes de tiendas, jefes de hogar y dueñas de casa, entre otros.

En términos generales, la investigación mostró que la empresa debe realizar un mayor esfuerzo para comunicar la llegada de las nuevas tiendas, presentando el proyecto a la comunidad (autoridades, líderes formales e informales, vecinos), indicando plazos, los impactos negativos del proceso de construcción, así como las externalidades positivas del proyecto (puestos de trabajo, acciones sociales y ambientales).

También, indicó que la compañía debe presentar interlocutores que centralicen requerimientos como consultas, reclamos, mensajes y respuestas, y al mismo tiempo definir un cargo que coordine la relación con las comunidades antes, durante y después de la construcción de la tienda.

Otra línea de acción sugerida por el Pulso consiste en la necesidad de acompañar cada apertura con una acción concreta de impacto positivo, que se transforme en parte del "sello" de los Homecenter Sodimac, como instalar un centro de acopio o reciclaje (Punto Limpio). Es decir, definir acciones locales concretas en cada comunidad tomando como base aquellas dimensiones que se observen más deficitarias.

La valiosa información recogida por intermedio de esta iniciativa es un aliciente para que la empresa repita la experiencia para cada nueva apertura, y emprenda acciones que lleven a perfeccionar la relación de Sodimac con las comunidades adyacentes a las tiendas de la cadena.

Participación de los trabajadores
- Aporte a la calidad de vida.
- Soluciones a necesidades.
- Escucha y toma en cuenta.
- Información.

Entorno
- Ecoeficiencia.
- Educación.
- Manejo de desechos.

Liderazgo de Sodimac en su rubro
- Honestidad y transparencia.
- Preocupación por sus trabajadores.
- Preocupación por sus proveedores.
- Valores éticos.

Aporte de Sodimac al desarrollo de la comuna
- Empleo.

Servicio a clientes
- Productos de calidad.
- Buenos precios.
- Publicidad no engañosa.

Fuente: Sodimac.

Buen Vecino–Sodimac en Acción

Por sexto año consecutivo, Sodimac desarrolló activamente este programa emblemático de voluntariado denominado Plan Buen Vecino-Sodimac en Acción, cuya fórmula consiste en la recepción de proyectos presentados por la comunidad, los que son evaluados de acuerdo a sus impactos positivos en la realidad local.

Las iniciativas deben cumplir con algunos requisitos, como identificación de la institución de destino, cantidad de beneficiarios, alineamiento con el quehacer de Sodimac (construcción, remodelación y habitabilidad), participación de trabajadores de la empresa y presentación de un reporte final. Cada equipo de trabajo es coordinado en las tiendas por las asistentes sociales y jefes de recursos humanos, de modo que se fortalezca el trabajo grupal, el compromiso con la comunidad y el orgullo de pertenecer a la empresa.

En estos años, los proyectos se han efectuado en instituciones de todo tipo, entre las cuales destacan jardines infantiles, centros comunitarios, escuelas, fundaciones, cuerpos de bomberos, consultorios, corporaciones, hogares infantiles y de ancianos, entre otras.

En 2012, se llevaron a cabo 65 proyectos, en los cuales participaron 60 tiendas, con una cobertura del 90% de las operaciones de Sodimac. En tanto, los otros cinco proyectos restantes, fueron realizados por los centro de distribución, oficinas de apoyo y bodegas. En ellos, colaboró un total de 1.700 trabajadores, con un impacto comunitario de 8.657 personas beneficiadas.

PLAN BUEN VECINO–SODIMAC EN ACCIÓN

Año	N° de proyectos	Beneficiarios directos e indirectos (*)
2010	55	145.000
2011	56	27.947
2012	65	8.657

(*) La cantidad de beneficiarios depende del alcance de cada proyecto.
Fuente: Sodimac.

ÁREA DE PROYECTOS BENEFICIADOS

Área de Proyectos	2011	2012
Educación	56%	37%
Deporte	2%	3%
Salud	6%	1%
Org. Social	36%	59%

Fuente: Sodimac.

Un Techo Para Chile

Es una alianza especialmente relevante, que desde 2008 mantiene Sodimac con el objetivo de contribuir a la meta que se ha impuesto esta ONG de erradicar los campamentos en el país, siendo la compañía el proveedor oficial de los materiales.

Sodimac ha fortalecido el apoyo a Un Techo para Chile buscando realizar anualmente la campaña denominada Yo Sueño Mi Casa, en la que participan todas las tiendas del país con voluntarios para recaudar los aportes de clientes que quieran sumarse a esta causa. Además, la empresa ha seguido apoyando la labor de la organización otorgándole precios preferenciales, recursos financieros y apoyo logístico para disminuir los costos de distribución de materiales en los distintos puntos del país. Al mismo tiempo, se ha estimulado a proveedores de la compañía para que se sumen a este compromiso, en una alianza transversal que permite seguir avanzando hacia un Chile más inclusivo.

Adicionalmente, en 2012 se realizaron tres voluntariados corporativos. En Santiago se realizó el proyecto "Pintando, pintando, vamos cambiando", en la comuna de La Pintana. En Valparaíso, el proyecto "Todos juntos por un barrio", en el Barrio Elemental, Playa Ancha. En tanto, en Atacama se trabajó en el proyecto "Renacer Contigo" construyendo áreas verdes y juegos infantiles.

Teletón

Desde 2006 en adelante, Sodimac y sus trabajadores han adquirido un fuerte compromiso con la superación de la discapacidad, apoyando activamente a la Teletón.

Una acción de gran visibilidad es el aporte que la empresa realizó durante la jornada solidaria de la Teletón, el cual ascendió a $581.592.104 millones en 2012. De este monto, $243 millones fueron aportados por los propios trabajadores, quienes impulsaron numerosas actividades para recaudar fondos.

Sin embargo, el compromiso de la empresa con la Fundación Teletón se manifiesta a lo largo de todo el año, por medio de iniciativas como el Programa Abre, gracias al cual un grupo de trabajadores de la empresa se involucra año a año en labores voluntarias para mejorar accesos y superar condiciones deficientes de hogares de personas con discapacidad, y así ayudar a que alcancen una mayor independencia e integración.

La compañía, adicionalmente, tiene una política de apertura a la contratación de personas que habitualmente tienen dificultades de inserción laboral. Un ejemplo es el programa de inclusión laboral de Sodimac (más información en el Capítulo Nuestros Trabajadores).

Fundación Nuestros Hijos

A lo largo de una década, Sodimac ha apoyado las labores de la Fundación Nuestros Hijos, entregándole el aporte generoso que los clientes realizan a través de la donación de su vuelto. Con el compromiso de los cajeros y cajeras de las diferentes tiendas del país, en 2012 se logró una recaudación que ascendió a $438.330.602 millones, cifra que fue destinada tanto al financiamiento del tratamiento de menores de escasos recursos como para acoger a aquellas familias que deben viajar a Santiago para acompañarlos.

Por otro lado, en el período también se efectuó la cuarta versión de la campaña Manos a la Obra, una iniciativa de carácter interno destinada a recaudar fondos para cubrir las necesidades médicas, escolares y sociales de los niños de escasos recursos que se encuentran enfermos de cáncer. Cada año, esta acción cuenta con la participación de todas las tiendas y trabajadores de la empresa, formando alianzas e ideando fórmulas novedosas de recaudación, esfuerzo que en 2012 llevó a reunir un total de $114.351.000 millones.

Al mismo tiempo, los trabajadores que lo desean pueden sumarse a este esfuerzo a través de la campaña Hazte Socio de la Fundación, teniendo también la posibilidad de participar en las actividades navideñas que promueve el Departamento de Bienestar para la Fundación Nuestros Hijos.

Asimismo, todas las tiendas Homecenter Sodimac comercializan el producto Agua Late, una marca de agua envasada de carácter solidario, sin fines de lucro, que transfiere toda la rentabilidad que reporta su venta a la Fundación Nuestros Hijos.

Fundación Junto al Barrio

El compromiso de Sodimac con la comunidad también se traduce en un apoyo constante a las iniciativas y proyectos impulsados por la Fundación Junto al Barrio en poblaciones vulnerables del país. Se trata de acciones tendientes a fortalecer las relaciones entre los vecinos y a construir vínculos entre el voluntariado de la fundación, pobladores, fundaciones, municipalidades, instituciones públicas y privadas, universidades y empresas que puedan sumarse a la iniciativa.

La colaboración de la empresa se canaliza por dos vías: un aporte económico que permite financiar la realización de diferentes proyectos comunitarios y la participación de voluntarios en la ejecución de proyectos diseñados y llevados a cabo por la Fundación Junto al Barrio.

En 2012, de hecho, Sodimac realizó una jornada "Chile Pinta" en la población El Castillo de La Pintana, en la cual las familias que habitan en tres pasajes trabajaron codo a codo junto a voluntarios de la compañía y de la fundación pintando las fachadas de sus casas. La idea de estas actividades es construir una gran fiesta ciudadana, llevando alegría y una ayuda concreta a la comunidad para mejorar su entorno y contribuir a una mejor calidad de vida.

Impulsando el programa "Iluminando Sueños"

En 2012, Sodimac dio su apoyo al programa "Iluminando Sueños", una iniciativa de la Fundación Ilumina y que forma parte del Plan Integral para Campamentos de la Secretaría Ejecutiva de Campamentos del Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU).

El programa busca materializar proyectos que favorezcan la formación integral de niños y niñas en situación de vulnerabilidad social, incluyendo aquellos con necesidades especiales. El objetivo final es que mediante el apoyo al desarrollo de la infancia temprana, se brinden herramientas que ayuden a generar una igualdad de oportunidades.

Entre las acciones desarrolladas en 2012, destaca la entrega de camas a niños y niñas de campamentos a lo largo del país, quienes hasta entonces debían compartir cama con uno o más miembros de su núcleo familiar. De este modo, se les devuelve el derecho a la intimidad y el buen descanso. El plan contempla la entrega de 2.000 camas y camarotes con sus respectivos textiles y colchones a 3.500 niños que habitan en 150 campamentos a lo largo de Chile.

Glosario

Términos usados en Responsabilidad Social

Aprovisionamiento Responsable
Parte de la Responsabilidad Social que promueve en las organizaciones la incorporación de políticas y buenas prácticas de abastecimiento y trato justo con sus proveedores. Esto se logra al establecer sistemas de evaluación y selección de proveedores con criterios ambientales y sociales que aseguren adecuadas condiciones de pago y que promuevan alianzas de mutuo interés.

Auditoria
Proceso mediante el cual se verifica el cumplimiento de una cierta norma o estándar que puede ser de calidad, medioambiental, social u otro. La culminación de este proceso puede ser una certificación conforme a una norma, por ejemplo ISO 9001 o ISO 14000. La tendencia es que en las auditorías de responsabilidad social se integren aspectos de calidad, estándares medioambientales y estándares sociales.

Benchmarking
Comparación de los sistemas, procesos, resultados o buenas prácticas de una empresa con los de otras empresas del mismo sector o de otros sectores. Permite conocer tendencias y/o identificar oportunidades de mejora.

Biodiversidad
Describe una amplia variedad de ecosistemas, patrones naturales que la conforman como resultado de numerosos procesos evolutivos, diferencias genéticas en cada especie y las interacciones con el entorno como base de la vida en el planeta.

Cambio Climático
El cambio climático corresponde al aumento de la temperatura media del planeta atribuido directamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera aumentando las temperaturas y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables.

Código de Conducta
Declaración formal de los principios éticos de una empresa y de sus normas de actuación con las partes interesadas que deben ser aplicadas en todas sus operaciones. Al contrario de las obligaciones legales, los Códigos de Conducta son voluntarios, adoptados como parte del compromiso de responsabilidad social de la empresa. Los Códigos de Conducta pretenden ofrecer una guía a los directivos y empleados, para abordar los dilemas que surgen en el día a día cuando la toma de decisiones morales tiene implicancias económicas. Muchas empresas han comenzado a ampliar el espectro del Código a su cadena de abastecimiento.

Desarrollo Sostenible
Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.
NOTA: Esto involucra abordar los factores económicos, sociales y ambientales y su interdependencia en la toma de decisiones y actividades de una organización.

Diálogo con los Grupos de Interés
También llamado “stakeholders engagement” y es el proceso a través del cual una empresa consulta a sus Grupos de Interés para conocer sus expectativas e incorporarlas a sus estrategias y planes de Responsabilidad Social.

Eficiencia Energética

Son todas aquellas prácticas o actividades que reducen la cantidad de energía utilizada para producir una unidad de bien o servicio, o para alcanzar los requerimientos energéticos asociados a un nivel dado de confort. (Definición del Word Energy Council).

Gases Efecto Invernadero (GEI):

Fenómeno por el cual ciertos gases que componen la atmósfera del planeta, retienen parte de la energía que el suelo emite al ser calentado por la radiación solar. Este proceso se ve acentuado con las emisiones y alta concentración, principalmente de CO2 en la atmósfera, producto de la quema o evaporación de diversos combustibles denominados "fósiles", como son el petróleo, el carbón o el gas natural entre otros. Esto provoca un recalentamiento y contaminación de la superficie de la tierra.

Gestión Responsable de la Cadena de Aprovisionamiento

Aquella que identifica y controla los impactos económicos, sociales y ambientales de las prácticas de aprovisionamiento de una empresa. Para ello se actúa en dos frentes: a) asegurando que las prácticas hacia los proveedores sean éticas, mediante el establecimiento y cumplimiento de un Código de Conducta interno que evite las condiciones contractuales abusivas, b) asegurando que se selecciones aquellos proveedores que controlan y gestionan sus impactos sociales y medioambientales, mediante el escrutinio de los mismos a través de criterios de evaluación y selección basados en el cumplimiento de requisitos sociales y ambientales.

Global Reporting Initiative (GRI)

Nace en 1997, como una iniciativa conjunta entre la Organización No Gubernamental (ONG), CERES y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) con el propósito de cautelar la calidad, rigor y utilidad de los informes de sostenibilidad confeccionados por las empresas. Con este objetivo ha generado la Guía GRI para la Elaboración de los Informes de Sostenibilidad que contiene las pautas, principios e indicadores centrales y adicionales para reportar. El objetivo es que cualquier empresa sin importar su tamaño o rubro, pueda dar cuenta de sus actividades e impactos en las dimensiones económico, social y ambiental (www.globalreporting.org). Al mismo tiempo el GRI ha generado un acuerdo de complementación con la organización internacional ISO con el objetivo de ser la instancia verificadora de la nueva norma ISO 26000 o de Responsabilidad Social. Y desde mayo de 2013, entró en vigencia la Cuarta Guía denominada G-4.

Gobierno Corporativo

Se refiere a la forma cómo la empresa o institución es liderada y gestionada desde el punto de vista estratégico y de la cultura organizacional, basado en principios éticos e incorporando la cultura de la sostenibilidad en la toma de sus decisiones.

Huella de Carbono:

Es una medida del impacto que tienen las actividades humanas sobre el clima global y
está expresado en términos de la cantidad de Gases de Efecto Invernadero (GEI) producidos a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio. Para simplificar su presentación y comparabilidad, las emisiones de los diferentes GEI (vapor de agua,
dióxido de carbono, metano, óxidos de nitrógeno, ozono y clorofuorocarbonos) se expresan en toneladas equivalentes de CO2 (CO2-e).

Involucramiento de las Partes Interesadas

Cualquier actividad o actividades tomadas para crear oportunidades de diálogo entre la organización y una o más de sus partes interesadas, con el objetivo de entregar una base informada para las decisiones de la organización.

Innovación

Transformación de una idea en un producto (bien o servicio) o en un proceso operativo nuevo o mejorado. Si el conocimiento del entorno es una de las bases de la innovación, el conocimiento de las expectativas de los Grupos de Interés puede ser un insumo importante en el proceso de innovación empresarial.

ISO 26000

Normativa desarrollada por la Organización Internacional de Estandarización (ISO), también conocida como Norma de Responsabilidad Social. La Norma ISO 26000 ha elaborado una guía que entrega orientaciones sobre Responsabilidad Social, generales y no específicas, a fin de respetar la cultura y legislación de cada país. Por tanto, no es una norma de sistema de gestión. Asimismo, no está elaborada para la certificación o auditoria de una tercera parte, sino que es verificable. Además, es útil para cualquier tipo de organización, tanto privada, como pública, grande o pequeña, con o sin fines de lucro y para países en desarrollo como países desarrollados.

Memoria o Reporte de Sostenibilidad

Informe elaborado por la empresa para dar a conocer los resultados de la gestión en el ámbito económico, social y ambiental. Incluye información sobre sus actividades y sus impactos en los tres ámbitos, durante el periodo cubierto por el informe. Es una herramienta de transparencia informativa, con la que se pretende informar y comunicar a los Grupos de Interés de la empresa sobre su impacto en empleados, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente e incentivar el dialogo entre ambas partes. Generalmente cubren las siguientes áreas claves: principios éticos, mercados de productos y capitales, entorno laboral, derechos humanos, medio ambiente y comunidad. En el ámbito de la comunicación sobre sustentabilidad, el Global Reporting Initiative (GRI), es un estándar globalmente aceptado a nivel internacionalmente por empresas de todo tamaño y sector para la elaboración de sus informes.

Niveles de Aplicación del GRI-3.1

Sistema de división por categorías o niveles establecidos en la Guía para la Elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Global Reporting Intiative, en su Tercera Versión más actualizada denominada G-3.1. Permite a las empresas establecer metas y una guía para reportar los indicadores de manera escalonada y dando cuenta equilibrada del desempeño económico, social y medioambiental. Se divide en tres niveles, siendo el más básico o inicial el nivel B, el intermedio es el nivel C y el más alto es el A. Cada nivel tiene un conjunto de requerimientos que la empresa debe cumplir. Al mismo tiempo, si la empresa lo desea, puede verificar o auditar voluntariamente el reporte a través de una institución externa e independiente de la empresa y esto se reconocerá con un signo + (más). Sin embargo, en mayo de 2013 entrará en vigencia la Cuarta Guía de GRI (G-4) que elimina los niveles y focaliza a la organización en la detección de sus impactos, la materialidad de sus indicadores y el encadenamiento de gestión con su cadena de valor.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Iniciativa internacional de adhesión voluntaria en el compromiso Ético cuyo objetivo es que todas las empresas o entidades de cualquier país del mundo incorporen como parte de su estrategia y operaciones los Diez Principios de Conducta centrados en las áreas de los Derechos Humanos, Trabajo, Medioambiente y Lucha contra la Corrupción (www.unglobalpact.org).

Partes Interesadas/Grupos de Interés (stakeholders)
Individuo o grupo que tiene interés en conocer o saber de cualquier actividad o decisión de la organización y de sus posibles impactos positivos o negativos como resultado su actividad o gestión. Estos "grupos de interés" pueden pertenecer al ámbito público o privado.

Procedimiento Operativo Estándar (POE)
Los Procedimientos Operativos Estándar son documentos que permiten estandarizar la forma de hacer las cosas en Tiendas, Centros de Distribución u Oficinas de Apoyo. Con estos, se hace más simple la capacitación y se puede maximizar tiempo y recursos.

Responsabilidad Social (Definición ISO 26000)
Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:
- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con las normas internacionales de comportamiento; y
- Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

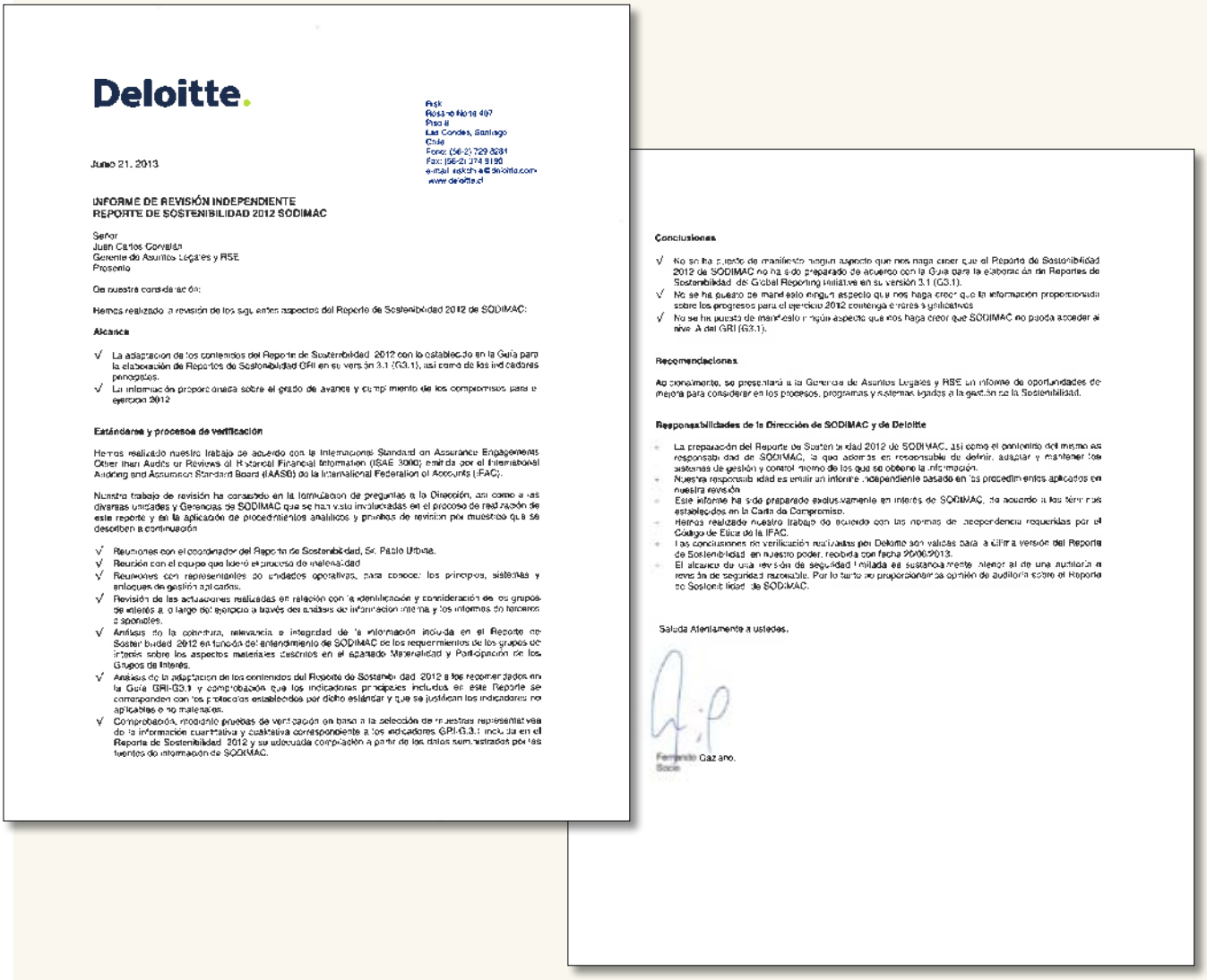
Retail
Sector económico que abarca a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios a grandes cantidades de clientes. En este negocio se incluyen tiendas y especialmente las grandes cadenas de locales comerciales como supermercados, tiendas por departamentos, artículos para el hogar, ferretería, farmacias y librerías, entre otros.

Sostenibilidad
Uso de los recursos naturales y energías de forma racional y responsable, esto es, permitiendo y potenciando su renovación y evitando la extinción de recursos naturales u organismo de la flora o fauna. También se entiende como el crecimiento de una organización teniendo en cuenta la Responsabilidad Social con los entornos y grupos humanos donde la empresa opera. Como parte de los acuerdos tomados en la elaboración de la norma ISO 26.000 o de Responsabilidad Social, se ha decidido normar el uso del concepto sostenibilidad en remplazo de sustentabilidad.

Transparencia
Apertura sobre acciones e impactos de una organización, y la voluntad de comunicar esto de manera clara, exacta y completa.

Verificación
Revisión por parte de terceros independientes de los procesos y sistemas de una organización con el objeto de asegurar el cumplimiento de ciertos estándares o normas. Por ejemplo, en el caso de informes de sustentabilidad, se trata de una revisión del mismo por terceras partes independientes que dan fe de que la información contenida en el informe es veraz y refleja la realidad de la empresa.

Informe de Verificación Externa



Deloitte.

Deloitte
Rosario Norte 407
Piso 8
Las Condes, Santiago
Chile
Fono: (56-2) 729 8281
Fax: (56-2) 374 9190
e-mail: edelch@deloitte.com
www.deloitte.cl

Junio 21, 2013

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE
REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2012 SODIMAC

Señor
Juan Carlos Cortelán
Gerente de Asuntos Legales y RSE
Presente

De nuestra consideración:

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos del Reporte de Sostenibilidad 2012 de SODIMAC:

Alcance

- √ La adaptación de los contenidos del Reporte de Sostenibilidad 2012 con lo establecido en la Guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad GRI en su versión 3.1 (G3.1), así como de los indicadores principales.
- √ La información proporcionada sobre el grado de avance y cumplimiento de los compromisos para el ejercicio 2012.

Estándares y procesos de verificación

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con la International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000) emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accounts (IFAC).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades y Gerencias de SODIMAC que se han visto involucradas en el proceso de realización de este reporte y en la aplicación de procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- √ Reuniones con el coordinador del Reporte de Sostenibilidad, Sr. Pablo Urbina.
- √ Reunión con el equipo que lideró el proceso de materialidad.
- √ Reuniones con representantes de unidades operativas, para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- √ Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de los grupos de interés a lo largo del ejercicio a través del análisis de información interna y los informes de terceros disponibles.
- √ Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2012 en función del cumplimiento de SODIMAC de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales descritos en el apartado Materialidad y Participación de los Grupos de Interés.
- √ Análisis de la adaptación de los contenidos del Reporte de Sostenibilidad 2012 a los recomendados en la Guía GRI-G3.1 y comprobación que los indicadores principales incluidos en este Reporte se corresponden con los publicados establecidos por dicho estándar y que se justifican los indicadores no aplicables o no materiales.
- √ Comprobación, mediante pruebas de verificación en base a la selección de muestras representativas de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI-G3.1 incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2012 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de SODIMAC.

Conclusiones

- √ No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Reporte de Sostenibilidad 2012 de SODIMAC no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative en su versión 3.1 (G3.1).
- √ No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada sobre los progresos para el ejercicio 2012 contenga errores significativos.
- √ No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que SODIMAC no pueda acceder al nivel A del GRI (G3.1).

Recomendaciones

Adicionalmente, se presentará a la Gerencia de Asuntos Legales y RSE un informe de oportunidades de mejora para considerar en los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de la Sostenibilidad.

Responsabilidades de la Dirección de SODIMAC y de Deloitte

- La preparación del Reporte de Sostenibilidad 2012 de SODIMAC, así como el contenido del mismo es responsabilidad de SODIMAC, la cual además es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de SODIMAC, de acuerdo a los términos establecidos en la Carta de Compromiso.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código de Ética de la IFAC.
- Las conclusiones de verificación realizadas por Deloitte son válidas para la última versión del Reporte de Sostenibilidad en nuestro poder, recibida con fecha 20/06/2013.
- El alcance de una revisión de seguridad limitada es sustancialmente menor al de una auditoría de revisión de seguridad razonable. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Reporte de Sostenibilidad de SODIMAC.

Saluda Atentamente a ustedes,

Fernando Cazano.
Socio

Informe de GRI

Global Reporting Initiative™

Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Sodimac** ha presentado su memoria "Reporte de Sostenibilidad Sodimac 2012" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3.1 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3.1 de GRI. Para conocer mas sobre la metodología: www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 24 de junio 2013

Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative

A+ GRI REPORT GRI CHECKED

Se ha añadido el signo "+" al Nivel de Aplicación porque Sodimac ha solicitado la verificación externa de (parte de) su memoria. GRI acepta el buen juicio de la organización que ha elaborado la memoria en la elección de la entidad verificadora y en la decisión acerca del alcance de la verificación.

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. www.globalreporting.org

***Descargo de responsabilidad:** En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 14 de junio 2013. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.*

Tabla de Indicadores GRI 3.1

Contenidos Básicos del Reporte de Sostenibilidad Sodimac 2012

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	**Estrategia y análsis**	
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización.	**4**
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	**4 y 33**
2	**Perfil de la organización**	
2.1	Nombre de la organización.	**2**
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	**35**
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	**31**
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	**2**
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	**30**
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	**29**
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	**33**
2.8	"• Número de empleados • Número de operaciones. • Ventas netas (para organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para organizaciones del sector público) • Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto (para organizaciones del sector privado) • Cantidad de productos o servicios prestados."	**30 y 31**
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	**6 y 43**
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	**21**
3	**Parámetros del reporte**	
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario).	**6**
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	**6**
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	**6**
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	**2**
	Alcance y cobertura del reporte	
3.5	"Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido: • Determinación de la materialidad • Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria • Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria. Debe incluirse una descripción sobre cómo ha aplicado la organización las "Orientaciones para la definición del contenido de la memoria", los principios asociados y el Protocolo técnico - Aplicación de los principios para la definición del contenido de la memoria"	**8 y 9**
3.6	Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores). Consulte el Protocolo sobre la Cobertura de la memoria de GRI, para más información.	**6**
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	**6**
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	**6**
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	**7**
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	**7**
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	**7 y 8**
	Indice del contenido del GRI	
3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	**150**
	Verificación	
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria	**14**

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
4	**Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés**	
	Gobierno	
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	**39**
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	**42**
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número y el sexo de los miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes y / o los miembros no ejecutivos.	**42**
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	**42**
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	**42**
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	**46**
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	**39**
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	**24**
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	**44**
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	**39**
	Compromiso con Iniciativas externas	
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	**8, 15 y 16**
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	**15**
4.13	Participación en asociaciones (tales como asociaciones sectoriales) y / o las organizaciones nacionales / internacionales a las que la organización: * Esté presente en los órganos de gobierno * Participe en proyectos o comités * Proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios, o * Tenga consideraciones estratégica.	**22**
	Participación de los grupos de Interés: La siguiente sección hace referencia a los procesos de compromiso y comunicación con los grupos de interés que han sido adoptados por la organización durante el periodo que cubre la memoria.	
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	**9 y 10**
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	**9**
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	**9 y 10**
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	**13**

Indicadores GRI, Pacto Global e ISO 26000

Indicadores del desempeño económico

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL	MATERIA FUNDAMENTALES ISO 26000	ASUNTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
	DMA		Enfoque de gestión económica	**16, 36, 118 y 88**			
Desempeño Económico	EC1	P	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	**36 y 37**		Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	Participación Activa de la comunidad
							Generación de riqueza e ingresos
							Inversión Social
	EC2	P	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	**120 y 122**	7	Medio Ambiente	Mitigación y Adaptación al cambio climático
	EC4	P	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	**38**		Prácticas Justas de Operación	Participación Política Responsable
Presencia en el Mercado	EC5	A	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	**82**	6	Prácticas Laborales	Condiciones de trabajo y protección social
						Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	Generación de riqueza e ingresos
							Promover la Responsabilidad Social en la Cadena de Valor
	EC6	P	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	**88**		Prácticas Justas de Operación	Creación de Empleo y Desarrollo de habilidades
							Generación de riqueza e ingresos
	EC7	P	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	**59**		Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	Creación de Empleo y Desarrollo de habilidades
							Generación de riqueza e ingresos
Impacto Económico Indirecto	EC8	P	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie .	**112 y 138**		Derechos Humanos	Participación Activa de la comunidad
						Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	Educación y Cultura
							Creación de Empleo y Desarrollo de habilidades
							Desarrollo y acceso a la tecnología
							Generación de riqueza e ingresos
							Inversión Social

Indicadores del desempeño ambiental

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL	MATERIA FUNDAMENTALES ISO 26000	ASUNTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
	DMA		Enfoque de Gestión Ambiental	**118, 122 y 124**			
Materiales	EN1	P	Materiales utilizados, por peso o volumen.	**131**		Medio Ambiente	Prevención de la Contaminación Uso Sostenible de los Recursos
	EN2	P	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	**131**	7-8	Medio Ambiente	Uso Sostenible de los Recursos
	EN4	P	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	**123**		Medio Ambiente	Prevención de la Contaminación Uso Sostenible de los Recursos
	EN5	A	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	**123**	7-8	Medio Ambiente	Prevención de la Contaminación Uso Sostenible de los Recursos
	EN7	A	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Sodimac se encuentra en sistematización de las iniciativas realizadas y serán reportadas en próximo período.		Medio Ambiente	Prevención de la Contaminación Uso Sostenible de los Recursos
Agua	EN8	P	Captación total de agua por fuentes.	**124**		Medio Ambiente	Uso Sostenible de los Recursos
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN16	P	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto	**118 y 119**	7-8	Medio Ambiente	Mitigación y adaptación al cambio climático
	EN17	P	Otras emisiones indirectas de gases de efecto	**118 y 119**	7-8	Medio Ambiente	Mitigación y adaptación al cambio climático
	EN18	A	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	**120**	7-8	Medio Ambiente	Prevención de la Contaminación Mitigación y adaptación al cambio climático
	EN19	P	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	**124**	7-8	Medio Ambiente	Prevención de la Contaminación
	EN22	P	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	**125 y 126**	7-8	Medio Ambiente	Prevención de la Contaminación
Productos y Servicios	EN26	P	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	**100, 120, 128 y 131**	7-8	Medio Ambiente Prácticas Justas de Operación Asunto de Consumidores	Prevención de la Contaminación Uso Sostenible de los Recursos Promover la Responsabilidad Social en la Cadena de Valor Consumo Sostenible
	EN27	P	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	**125**	7-8	Medio Ambiente Asunto de Consumidores	Prevención de la Contaminación Uso Sostenible de los Recursos Consumo Sostenible
Cumplimiento Normativo	EN28	P	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Durante el período reportado la compañía no registra multas por temas	7-8	Medio Ambiente	Prevención de la Contaminación
Transporte	EN29	A	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	**118**	7-8	Medio Ambiente Prácticas Justas de Operación	Prevención de la Contaminación Uso Sostenible de los Recursos Mitigación y adaptación al cambio climático Promover la Responsabilidad Social en la Cadena de Valor
General	EN30	A	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	**122**	7-8	Medio Ambiente	Prevención de la Contaminación Mitigación y adaptación al cambio climático

Indicadores del desempeño de Prácticas laborales y ética del trabajo

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL	MATERIA FUNDAMENTALES ISO 26000	ASUNTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
	DMA		Información sobre el Enfoque de Gestión	**56, 62, 70, 75 y 78**			
Empleo	LA1	P	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	**60 y 80**		Prácticas Laborales	Trabajo y Relaciones Laborales
	LA2	P	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	**60 y 80**		Prácticas Laborales	Trabajo y Relaciones Laborales
	LA3	A	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	**68 y 69**		Prácticas Laborales	Trabajo y Relaciones Laborales
				65			Condiciones de trabajo y protección social
	LA15	P	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	**78 y 79**	3	Prácticas Laborales	Condiciones de trabajo y protección social
Relación Empresa Trabajadores	LA4	P	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	**78 y 79**	3	Derechos Humanos	Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo
						Prácticas Laborales	Trabajo y Relaciones Laborales
							Condiciones de trabajo y protección social
							Diálogo Social
Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	A	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	**72**	3	Prácticas Laborales	Salud y Seguridad en el trabajo
	LA7	P	"Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo."	**72, 73 y 74**		Prácticas Laborales	Salud y Seguridad en el trabajo
	LA8	P	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	**63, 64 y 65**		Prácticas Laborales	Salud y Seguridad en el trabajo
						Participación activa y Desarrollo de la Comunidad	Participación Activa de la Comunidad
							Educación y Cultura
							Salud
	LA9	A	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	**65**	3	Prácticas Laborales	Salud y Seguridad en el trabajo
Formación y Educación	LA10	P	"Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado."	**56 y 57**		Prácticas Laborales	Desarrollo Humano y Formación en el lugar de trabajo
	LA11	A	Programas de gestión de habilidades y de formación continúa que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	**59**		Prácticas Laborales	Desarrollo Humano y Formación en el lugar de trabajo
						Participación activa y Desarrollo de la Comunidad	Creación de empleo y desarrollo de habilidades
	LA12	A	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.	**55 y 56**		Prácticas Laborales	Desarrollo Humano y Formación en el lugar de trabajo
Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	P	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	**75**	6	Derechos Humanos	Discriminación y Grupos Vulnerables
							Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo
						Prácticas Laborales	Trabajo y Relaciones Laborales
Igualdad de retribución entre hombres y mujeres	LA14	P	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	**82**	6	Derechos Humanos	Discriminación y Grupos Vulnerables
							Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo
						Prácticas Laborales	Trabajo y Relaciones Laborales
							Condiciones de trabajo y protección social

Indicadores del desempeño de Derechos Humanos

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL	MATERIA FUNDAMENTALES ISO 26000	ASUNTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
	DMA		Información sobre el enfoque de la dirección	**45, 47, 50, 75 y 90**			
Prácticas de Inversión y Avastecimiento	HR1	P	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporan preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	**45**	1-2	Derechos Humanos	Debida Diligencia
							Evitar la Complicidad
						Prácticas Justas de Operación	Promover la Responsabilidad Social en la cadena de valor
	HR2	P	Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	**90 y 91**	1-2	Derechos Humanos	Debida Diligencia
							Evitar la Complicidad
						Prácticas Laborales	Trabajo y Relaciones Laborales
						Prácticas Justas de Operación	Promover la Responsabilidad Social en la cadena de valor
	HR3	A	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	La empresa no posee un registro exclusivo de este tipo de capacitaciones. Sin embargo, por contrato colectivo los dirgentes sindicales tienen permiso para la actividad y formación en gestión sindical.	1-2	Derechos Humanos	Evitar la Complicidad
No Discriminación	HR4	P	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Durante el período reportado no se han registran incedientes o denuncias formales por discrminación.	1-2-6	Derechos Humanos	Evitar la Complicidad
							Resolución de Reclamaciones
							Discriminación y grupos vulnerables
							Principios y Derechos Fundamentales del trabajo
						Prácticas Laborales	Trabajo y Relaciones Laborales

Libertad de Asociación y Convenio Colectivo	HR5	P	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	**78 y 79**	1-2-3	Derechos Humanos	Debida Diligencia
							Situaciones de riesgo para los derechos humanos
							Evitar la Complicidad
							Derechos Civiles y Políticos
							Principios y Derechos Fundamentales del trabajo
						Prácticas Laborales	Trabajo y Relaciones Laborales
							Diálogo Social
Explotación Infantil	HR6	P	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	**93**	1-2-5	Derechos Humanos	Debida Diligencia
							Situaciones de riesgo para los derechos humanos
							Evitar la Complicidad
							Discriminación y grupos vulnerables
							Principios y Derechos Fundamentales del trabajo
Trabajos Forzados	HR7	P	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	Sodimac no registra denuncias ni riesgos de episodios de trabajo forzado durante el periodo reportado.	1-2-4	Derechos Humanos	Debida Diligencia
							Situaciones de riesgo para los derechos humanos
							Evitar la Complicidad
							Discriminación y grupos vulnerables
							Principios y Derechos Fundamentales del trabajo
Prácticas de Seguridad	HR8	A	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades..	**51**	1-2	Derechos Humanos	Evitar la Complicidad
						Prácticas Laborales	Trabajo y Relaciones Laborales
						Prácticas Justas de Operación	Promover la Responsabilidad Social en la cadena de valor
Evaluación	HR10	P	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	**47**		Derechos Humanos	Debida Diligencia
Medidas Correctivas	HR11	P	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	Durante el periodo reportado no se han registrado quejas o denuncias en temas de DD.HH.		Derechos Humanos	Debida Diligencia, Evitar la Complicidad

Indicadores del desempeño de Sociedad

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL	MATERIA FUNDAMENTALES ISO 26000	ASUNTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
	DMA		Información sobre el enfoque de gestión	**22, 50, 136 y 138**			
Comunidades Locales	SO1	P	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	**136, 137 y 138**	2	Derechos Humanos	Derechos Económicos, sociales y Culturales
						Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	Creación de empleo y desarrollo de habilidades
							Generación de riqueza e ingresos
						Prácticas Justas de Operación	Respeto a los derechos de propiedad
		P	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	**136**		Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad, Prácticas Justas de Operación, Prácticas Justas de Operación.	Respeto a los derechos de propiedad
	SO10	P	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	**136, 137 y 138**		Prácticas Justas de Operación	Respeto a los derechos de propiedad
Corrupción	SO2	P	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	**50 y 51**	10	Prácticas Justas de Operación	Anticorrupción
	SO3	P	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	**50 y 51**	10	Prácticas Justas de Operación	Anticorrupción
	SO4	P	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	**51**	10	Prácticas Justas de Operación	Anticorrupción
Política Pública	SO5	P	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	**22 y 23**	1- 10	Prácticas Justas de Operación	Participación política responsable
						Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	Participación Activa de la comunidad
Comportamiento de Competencia Desleal	SO7	A	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Sodimac durante el período cubierto por el reporte no registra denuncias, ni ha ejecutado prácticas monopólicas de acuerdo con la normativa vigente en Chile.	1- 10	Prácticas Justas de Operación	Competencia Justa
							Respeto a los derechos de propiedad
Cumplimiento Normativo	SO8	P	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones .	**106**	1- 10	Prácticas Justas de Operación	Respeto a los derechos de propiedad
						Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	Generación de riqueza e ingresos

Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL	MATERIA FUNDAMENTALES ISO 26000	ASUNTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
	DMA		Información sobre el enfoque de la dirección	**100, 107 y 111**			
Salud y Seguridad del Cliente	PR1	P	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	**107**	8	Derechos Humanos	Derechos económocos, sociales y culturales
						Prácticas Justas de Operación	Promover la Responsabilidad Social en la cadena de valor
						Asunto de Consumidores	Protección de la Salud y Seguridad de los Consumidores
							Consumo Sostenible
	PR2	A	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	**107**	2 - 10	Derechos Humanos	Derechos económocos, sociales y culturales
						Prácticas Justas de Operación	Promover la Responsabilidad Social en la cadena de valor
						Asunto de Consumidores	Protección de la Salud y Seguridad de los Consumidores
							Consumo Sostenible
Etiquetado de Productos y Servicios	PR3	P	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	**101 y 108**	2 - 10	Asunto de Consumidores	Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación
							Protección de la Salud y Seguridad de los Consumidores
							Consumo Sostenible
							Servicio de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias
							Educación y toma de conciencia
	PR4	A	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	**107**	2- 10	Asunto de Consumidores	Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación
							Protección de la Salud y Seguridad de los Consumidores
							Consumo Sostenible
							Servicio de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias
							Educación y toma de conciencia
	PR5	A	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	**101 y 102**	2	Asunto de Consumidores	Protección de la Salud y Seguridad de los Consumidores
							Consumo Sostenible
							Servicio de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias
							Acceso a servicios esenciales
							Educación y toma de conciencia
Privacidad del Cliente	PR8	A	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes .	**106**	2 - 10	Asunto de Consumidores	Protección y privacidad de los datos de los consumidores
Cumplimiento Normativo	PR9	P	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	**107**	2 - 10	Asunto de Consumidores	Servicio de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias

Cuestionario de Retroalimentación

EN SODIMAC NOS INTERESA SU OPINIÓN

Lo invitamos a responder el siguiente cuestionario de retroalimentación en nuestra página Web o enviarlo por correo a nuestras Oficinas Centrales, ubicadas en Av. Eduardo Frei Montalva 3092, Renca.

1. A qué público de interés de Sodimac pertenece usted?

____ Accionistas
____ Trabajadores
____ Clientes
____ Proveedores
____ Comunidad
____ Gobierno
____ Organización no gubernamental
____ Medios de comunicación
____ Académicos / Estudiantes
____ Otro. _____

2. De los siguientes capítulos contenidos en el Reporte de Sostenibilidad de Sodimac, califique de 1 a 5 cada uno de ellos, siendo 1: nada importante y 5: muy importante.

Presentación y descripción de la empresa

____ Mensaje del gerente general
____ Alcance del reporte
____ Política de responsabilidad social
____ Perfil de la empresa
____ Desempeño económico
____ Gobierno corporativo y ética empresarial
____ Nuestros trabajadores
____ Nuestros proveedores
____ Nuestros clientes
____ Compromiso con el medioambiente
____ Compromiso con la comunidad

Anexos

____ Glosario
____ Informe de verificación externa
____ Indicadores GRI, Pacto Global e ISO 26000
____ Cuestionario de retroalimentación

3. A su juicio ¿Cuáles son los temas que debería tocar con mayor profundidad el próximo Reporte de Sostenibilidad de Sodimac? califique los cinco temas más importantes de 1 al 5, siendo 1: el menos importante y 5: el más importante.

____ Desempeño económico
____ Relación con los proveedores
____ Relación con los trabajadores
____ Relación con las comunidades
____ Relación con los clientes
____ Impacto medioambiental
____ Relación con el gobierno
____ Otro. _____

4. Si desea realizar algún comentario o sugerencia, por favor hacerlo en el siguiente espacio.

_____

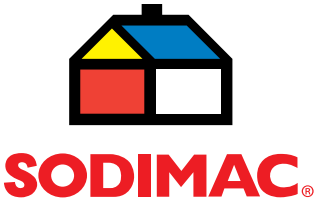
_____

_____

_____

_____

_____.



Comentario o sugerencia, contactar a:

Juan Carlos Corvalán R.
Gerente de Asuntos Legales y Responsabilidad Social
Teléfono: (562) 7381191 – (562) 7381192
E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.
Coordinador de Responsabilidad Social
Teléfono: (562) 7381784
E-mail: purbina@sodimac.cl

Opina sobre nuestro reporte en las redes sociales:
Twitter.com/homecenter_cl #RepSodimac (hashtag)
Facebook.com/ homecenter

SODIMAC