SODIMAC®

Reporte de Sostenibilidad 2008

Este Reporte ha sido impreso en papel Kimberly® Tradition®.

· El blanqueo de la pulpa extraída de la madera se realiza a través de procesos libres de cloro elemental (E.C.F.)

· Se fabrica con fibras de bosques industriales regenerados constantemente.

· Es un papel 100% reciclable, incluso una vez utilizado.

· Está libre de ácido, garantizando un menor impacto ambiental.

· En su elaboración se utiliza papel preconsumo, optimizando el uso de recursos naturales.

SODIMAC®

Reporte de Sostenibilidad 2008

Gobierno Corporativo
y Ética Empresarial
Medio Ambiente
Compromiso
con la Comunidad
Relaciones
Laborales
Comercio y Marketing
Responsable
Aprovisionamiento
Responsable

En nuestro segundo reporte
hemos querido mantener
la mano humana como el símbolo
de la Responsabilidad Social;
un instrumento vital en la construcción
de nuestra gran casa
y herramienta fundamental
para el progreso y desarrollo
de nuestra empresa.
Conceptualmente, nos permite graficar
los impactos centrales
del desarrollo de nuestro giro
y hacia donde debe apuntar
la política de Responsabilidad Social
de nuestra compañía.

GRI
2.1
2.4
3.4

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
sodimac@sodimac.cl

Para cualquier comentario o sugerencia,
no dude en contactarnos:

Juan Carlos Corvalán
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

Coordinación y Edición de Contenidos:
Pablo Urbina M.

Equipo Asesor:
Centro Vincular - RS, PUCV

Diseño:
www.filete.cl

Fotografías:
Archivo Sodimac

Impresión:
Fyrma Gráfica

GRI
3.12

Índice

6	Mensaje del Gerente General Corporativo y Gerente General Sodimac Chile
8	Alcances del Reporte
10	Hitos de Sostenibilidad en Sodimac
12	Objetivos y Logros en 2008
14	Diálogo con Nuestros Grupos de Interés
18	Canales de Comunicación en Sodimac
20	Alianzas Nacionales e Internacionales
22	Premios y Reconocimientos
23	Perfil de Sodimac
35	Desempeño Económico
43	Gobierno Corporativo y Ética en Sodimac
49	Nuestros Trabajadores
77	Nuestros Proveedores
85	Nuestros Clientes
91	Compromiso con el Medio Ambiente
101	Compromiso con la Comunidad
110	Glosario
112	Indicadores GRI
119	Cuestionario de Retroalimentación

GRI
1.1

Mensaje del Gerente General Corporativo y del Gerente General Sodimac Chile

Entregamos a usted nuestro Segundo Reporte de Sostenibilidad, que abarca el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre de 2008.

Desde hace tres años que contamos con la Responsabilidad Social como una herramienta y un instrumento privilegiado, integrado a la planificación y gestión de nuestra compañía, con el objeto de avanzar con más fuerza en el mejoramiento de todas las áreas de nuestro negocio, potenciando así nuestro crecimiento y haciéndolo sostenible en el largo plazo.

Desde los inicios de Sodimac, hemos procurado ser responsables y serios en los más diversos ámbitos en que nos desempeñamos.

Entendemos a la empresa como un sujeto y actor relevante que debe avanzar constantemente hacia un concepto de empresa socialmente responsable en su integridad, esto es, como un todo. Un concepto integrado a nuestra organización, asociado a las metas de cada área y a las políticas globales de crecimiento de la compañía, abarcando los diversos ámbitos de nuestro propio giro.

Este Reporte entrega herramientas concretas para que usted pueda analizar nuestros progresos y también, por cierto, nuestras falencias y aspectos en donde podemos mejorar aún.

Para un mejor análisis y para facilitar la comparación, hemos mantenido 6 áreas básicas en las cuales entendemos debe desarrollarse una práctica responsable para una empresa de Retail como la nuestra. Estas áreas son:

1. Gobierno Corporativo y Ética Empresarial,
2. Medio Ambiente,
3. Relaciones Laborales,
4. Aprovisionamiento Responsable,
5. Comercio y Marketing Responsable y
6. Compromiso con la Comunidad.

Hemos tratado de ser consecuentes con una cultura de ser “alumnos permanentes” y este nuevo Reporte es una muestra que queremos perseverar en dicho concepto, en la convicción que así podremos seguir superándonos para ser cada vez una mejor compañía.

Desde los inicios de Sodimac, hemos procurado ser responsables y serios en los más diversos ámbitos en que nos desempeñamos.

Entregamos nuestro Segundo Reporte en un periodo muy especial, marcado por fuertes temores e incertidumbres a nivel mundial.

Creemos que es justamente ahora, en momentos difíciles, cuando se debe demostrar coherencia con los postulados y principios que se han levantado en tiempos de mayor bonanza.

Estamos seguros que los diversos actores de la sociedad serán evaluados en función de cómo ha sido su comportamiento en estos tiempos difíciles, que – bien sabemos - es un periodo esencialmente transitorio.

Por nuestra parte, entendemos que las empresas socialmente responsables deben apuntar a que los impactos negativos asociados a la crisis, sean los mínimos posibles. Nosotros estamos haciendo nuestros mejores esfuerzos para lograrlo. Entendemos que eso es precisamente una actitud de responsabilidad social en estos tiempos complicados para todos.

Esperamos que este Reporte contribuya al análisis de nuestra Industria y sirva para mejorar nuestro accionar, nuestras políticas, prácticas y procedimientos, lo que entendemos como un proceso de mejoramiento continuo y permanente en el que sus observaciones, aportes y sugerencias serán especialmente bienvenidos.

Sandro Solari Donaggio
Gerente General Corporativo

Eduardo Mizón Friedemann
Gerente General Sodimac Chile

GRI
2.10
3.1
3.3
3.5
3.6
3.7
3.8
3.9
3.13
4.13
4.14
4.15
4.16
4.17

Alcances del Reporte

A diferencia de nuestro primer reporte y siguiendo estrictamente los Niveles de Aplicación del GRI-3, hemos declarado nuestro segundo reporte en el Nivel A. Esto es, el más alto y que implica declarar el 100% de los indicadores en las dimensiones de desempeño económico, social y medioambiental; además de tener sistemas de gestión para cada área haciéndose cargo de sus brechas.

Relevancia y Selección de los Contenidos
Los indicadores y principales contenidos informados en este segundo reporte de sostenibilidad de Sodimac responden a los principios del GRI-3 y a los siguientes criterios:

- Análisis comparado de las mejores prácticas en reportes de sostenibilidad de empresas destacadas.
- Inclusión y respuesta a las principales observaciones obtenidas de la retroalimentación y diálogo con los públicos de la empresa.
- La consideración de las áreas de la Responsabilidad Social (RS), integradas en el modelo de gestión de la empresa y el seguimiento de cada una.

Cobertura del Reporte
El presente reporte da cuenta de las operaciones de Sodimac en Chile. Tal como lo definiéramos en nuestro primer reporte 2007, esperamos poder realizar un documento regional en 2010 de acuerdo con la madurez de cada una de las filiales en Perú, Argentina y Colombia.

Bases de Cálculos
Hemos mantenido los procedimientos y técnicas de cálculo para cada uno de nuestros indicadores, alineados a estándares nacionales e internacionales reconocidos y apegados a los Protocolos Técnicos del GRI-3.

En aquellos casos en que se haya presentado alguna diferencia o corrección de datos con respecto al año anterior, se ha señalado debidamente.

Verificación del Reporte
En esta oportunidad hemos querido avanzar en los sistemas de verificación, enviando el Reporte directamente al GRI para realizar una revisión formal en el cumplimiento de su metodología, obteniendo el sello de aprobación Nivel A, calificación máxima en la elaboración de Reportes de Sostenibilidad.

Lo anterior, sin perjuicio de poder explorar la verificación externa de nuestro Reporte.

Diálogo con nuestros Grupos de Interés
Para Sodimac el diálogo y el fortalecimiento de los canales de comunicación con las diferentes partes interesadas es parte de nuestra cultura y ha resultado estratégica en la proyección de nuestro negocio en el largo plazo.

Hemos desarrollado una serie de herramientas permanentes que nos permiten conocer las necesidades y expectativas de nuestros stakeholders, cuya denominación, detalle y frecuencia se muestra en la tabla de Canales de Comunicación.

Adicionalmente hemos querido conocer la opinión y expectativas de los diferentes públicos respecto del Reporte de Sostenibilidad 2007. Con ese objetivo, realizamos un proceso de retroalimentación simple a través del Centro Vincular PUCV (ver Diálogo con Nuestros Grupos de Interés).

Por segundo año consecutivo damos cuenta de nuestra gestión en Responsabilidad Social siguiendo los principios y metodología de la Iniciativa Global para Reportar en su tercera versión actualizada (Global Reporting Initiative, GRI-3), alineada con los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

GRI REPORT SELF DECLARED

Hemos autodeclarado nuestro segundo Reporte en el Nivel A. Esto es, el más alto y que implica declarar el 100% de los indicadores en las dimensiones de desempeño económico, social y medioambiental; además de tener sistemas de gestión para cada área haciéndose cargo de sus brechas.

GRI REPORT GRI CHECKED

En esta oportunidad hemos querido avanzar en los sistemas de verificación, enviando el Reporte directamente al GRI para realizar una revisión formal en el cumplimiento de su metodología, obteniendo el sello de aprobación Nivel A, calificación máxima en la elaboración de Reportes de Sostenibilidad.

Hitos de Sostenibilidad en Sodimac

GRI
1.2

1997

Capacitación
> Se crea la Universidad Sodimac, hoy Escuela de Excelencia Sodimac, que tiene como objetivo promover la capacitación y la igualdad de posibilidades de desarrollo de carrera entre los trabajadores.

1998

HUM
> Surge programa “Hágalo Usted Mismo” (HUM) que busca entregar herramientas para que las personas puedan mejorar sus viviendas y calidad de vida.

2000

Calidad
> Se crea la gerencia de Control de Calidad, a través de la cual se gestiona y nivela las buenas prácticas entre sus diferentes proveedores tanto nacionales como internacionales.

2003

FUNDACIÓN
> Sodimac apadrina a la Fundación Nuestros Hijos, institución dedicada a ayudar y asistir a niños de escasos recursos con cáncer.

2005

ESTUDIO
> Sodimac en conjunto con la empresa consultora externa Great Place to Work Institute Chile da inicio al estudio sistemático de su clima laboral.

CES
> Se crea el Círculo de Especialista Sodimac (CES), con la idea de entregar capacitación y estudios formales a los maestros especialistas y contratistas clientes de Sodimac Constructor.

CULTURA
> Se inicia Programa Cultural: Sodimac firma un convenio con el Consejo Nacional de la Cultura para la difusión y promoción de actividades artísticas y culturales para sus trabajadores, sus familias y la comunidad.

REVISTA
> Primera edición de la revista interna Nuestra Casa que llega trimestralmente a todos los trabajadores de Sodimac.

2006

TELETÓN
> Sodimac y sus trabajadores se unen a la Teletón.

RECICLAJE
> Sodimac firma una alianza con Sociedad Recuperadora de Papel (SOREPA) para el reciclaje de cartón y papel.

RSE
> Directorio aprueba estrategia, plan y políticas globales y sistemáticas de Responsabilidad Social Empresarial para la Compañía.

INTEGRACIÓN DISCAPACITADOS
> Sodimac anuncia la incorporación formal de trabajadores con discapacidad en sus tiendas.

Subcontratación
> Se crea la Unidad de Subcontratación para garantizar el cumplimiento de las obligaciones laborales y mejoramiento de condiciones laborales también hacia los trabajadores subcontratados.

2007

RESPONSABILIDAD SOCIAL
> La Gerencia de RS se incorpora formalmente al Comité Ejecutivo, máxima instancia de administración ejecutiva de la empresa y que depende directamente del Gerente General.

PACTO GLOBAL
> Sodimac firma el Pacto Global de Naciones Unidas, comprometiéndose a implimentar sus 10 principios.

CHILE TRANSPARENTE
> Sodimac colabora con Chile Transparente, comprometiéndose a adoptar los estándares de transparencia y probidad.

RECYCLA
> Sodimac establece una alianza con la empresa Recycla para el reciclaje de residuos electrónicos.

CHILE CALIFICA
> Sodimac participa en el primer proyecto piloto de Certificación de Competencias Laborales que fue desarrollado por el Programa Chile Califica y el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).

TCS
> Sodimac anuncia su nueva política de Transparencia Comercial Sodimac (TCS) que contiene los valores, principios y normas de relación con sus proveedores.

ACHS
> Sodimac y la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) firman convenio para avanzar en la reducción de las tasas de accidentabilidad y siniestralidad.

TACAL
> Sodimac firma acuerdo con la Fundación Tacal para otorgar puestos de trabajo a personas con discapacidad.

CÓDIGO DE ÉTICA
> Nuevo Código de Ética Sodimac, que entrega los principios generales que deben orientar la conducta al interior de la empresa.

DEPORTE
> Se inicia el Programa Deportivo Sodimac para los trabajadores.

BOLSAS DEGRADABLES
> Sodimac es la primera empresa de retail en introducir bolsas plásticas degradables en Chile.

BUENOS VECINOS
> Sodimac implementa el programa denominado "Buenos Vecinos – Sodimac en Acción", basado en el apoyo por cada tienda a proyectos sociales locales.

ENERGÍA
> Sodimac llega a acuerdo con el Programa País Eficiencia Energética (PPEE) para fomentar el uso eficiente de la energía y promover productos que favorezcan el ahorro.

ALCOHOL Y DROGAS
> Elaboración de la política de Prevención y Asistencia en alcohol y drogas para los trabajadores de Sodimac.

2008

ENERO
> Inicio Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional (GPS–ACHS).
> Ejecución de Programa de asesorias y capacitación para el mejoramiento del hogar a familias chilenas de escasos recursos (C3 y D).

ABRIL
> Firma del "Protocolo de Ahorro y Eficiencia Energética".
> 1er Curso de Producción Responsable para Proveedores Pymes.
> Premio Carlos Vial Espantoso 2008.

MAYO
> Inicio del Programa de Desarrollo de Liderazgo Gerencial (DLG).
> Firma de Convenio con la Sociedad Chilena de Inventores.

JULIO
> Rueda de Negocios Chilexporta–Asexma, BCI y Cámara de Comercio de Santiago y Sociedad Chilena de Inventores Chilenos.

AGOSTO
> Acuerdo de colaboración con Un Techo para Chile

SEPTIEMBRE
> Constitución de la mesa del retail para el ahorro y eficiencia energética.
> Participación en Grupo de Trabajo ISO 26.000
> Graduación de Maestros CES.

OCTUBRE
> Inauguración de la Primera Tienda con estándares de Eficiencia Energética, Homecenter Copiapó.
> Lanzamiento 1er Reporte de Sostenibilidad Sodimac 2007.

NOVIEMBRE
> Convenio Política de Prevención Alcohol y otras Drogas con CONACE.
> Teletón.
> Premio E-Waste 2008 (Reciclaje Electrónico).
> Foro Innovación y Endeavor "Desafío a la Innovación Chile 2008" y del "Standford's Global Innovation Tournament".

PREMIO E-WASTE 2008

DICIEMBRE
> Cuarto Lugar en Responsabilidad Social en el Estudio Reputación Corporativa (Hill & Knowton Captiva – La Tercera 2008.
> Acuerdo con SENCE para apoyar la contratación juvenil "Jóvenes al Bicentenario" y "Aprendices de Sence".
> Convenio con LEGO para potenciar las capacidades tecnológicas en los escolares chilenos.

CÍRCULO DE ESPECIALISTAS

Objetivos y Logros en 2008

GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA

Tema	Objetivo	Logros / Brechas
Programa de Probidad Corporativa Sodimac	Adoptar e implementar procedimientos y sistemas que apunten a fortalecer la gestión de la ética, la reputación y la sostenibilidad de la compañía en el largo plazo.	• Diagnóstico a través de la aplicación de una Encuesta de Probidad Corporativa realizada por la Universidad Alberto Hurtado y ChileTransparente. Participaron 591 personas, entre trabajadores y ejecutivos de la compañía.

NUESTROS TRABAJADORES

Tema	Objetivo	Logros / Brechas
Escuela de Excelencia Sodimac	Promover la capacitación y la igualdad en el Desarrollo de Carrera de los Trabajadores y brindar apoyo a sus Ejecutivos.	• Implementación del Programa de Liderazgo Gerencial (DLG) con la participación de 300 ejecutivos. • Cursos para Tiendas y Oficinas de Apoyo a 8.468 trabajadores. * E-Learning: Programa Harvard Manage Mentor con la participación de 62 gerentes.
Prevención: Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional	Instalar un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional certificable que mida, evalúe y genere una cultura de la prevención y permita reducir el ausentismo y la accidentabilidad en nuestras instalaciones.	• Se desvincula a un trabajador por recomendación del Comité Paritario de Higiene y Seguridad (CPHS). • Debido al aumento en la Tasa de Siniestralidad durante el primer semestre, se elabora un nuevo Programa de Prevención de Riesgo. • Implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional basado en el Modelo GPS de la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS).
Política de Prevención y Asistencia del Uso Problemático de Alcohol y otras Drogas	Generar una Política de Prevención y Asistencia del Uso de Alcohol y otras Drogas que se basa en la no discriminación, la igualdad para todos los trabajadores, sin exclusión de cargo y respetando la libertad de las personas.	• Se establece la Política de Prevención y Asistencia del Uso del Alcohol y otras Drogas. • Alianza con el Consejo Nacional para el Control de Estupefacientes (CONACE) para abordar temas preventivos, de sensibilización y establecer un compromiso de colaboración. • Se aplica encuesta "Trabajar con Calidad de Vida" en conjunto con CONACE en 40 tiendas. En Santiago se aplicó a 1.700 trabajadores.

NUESTROS PROVEEDORES

Tema	Objetivo	Logros / Brechas
Proveedores: Transparencia Comercial Sodimac	Marco normativo, transparente y público que regula y formaliza de manera abierta y vinculante los deberes y derechos de nuestros proveedores en materia ética, aprovisionamiento, control de calidad y conductas mínimas de Responsabilidad Social.	• Se realizaron 55 Evaluaciones de Responsabilidad Social en Fábricas Chinas. • 312 proveedores asiáticos fueron inspeccionados y suscribieron la Declaración de Responsabilidad Social en Fábrica. • Se realizó primer Curso de Producción Responsable para Proveedores Pymes a través de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Se graduaron 23 proveedores.
Control de Calidad	Gestionar e incrementar las buenas prácticas y control de calidad de los productos y servicios de los diferentes proveedores nacionales e internacionales.	• Se realizaron 2.049 inspecciones a proveedores asiáticos. • Se realizaron 3.322 testeos de productos en Chile y 223 fuera del país. • Se realizaron 2001 inspecciones nacionales con carácter preventivo y correctivo.
Unidad de Subcontratación	Diseñar e implementar políticas adecuadas y velar por el cumplimiento de la normativa legal relacionada con los trabajadores externos y el mejoramiento de sus condiciones laborales.	• Se confeccionó y entregó el Manual de Subcontratación para todas las empresas externas que prestan servicio al interior de la compañía. • La compañía cuenta con 490 empresas externas y 3.500 trabajadores. • En 2008 hubo 18 ficalizaciones y no se cursó ninguna multa.

NUESTROS CLIENTES

Tema	Objetivo	Logros / Brechas
Negocios Inclusivos: Círculo de Especialistas Sodimac (CES)	Entregar capacitación y estudios formales a los maestros especialistas y contratistas clientes de Sodimac Constructor.	• Creada en 2005, esta agrupación reúne a 148.652 socios; se entregaron 1.200 becas de estudio a través de las universidades Santo Tomás, Silva Henríquez e instituto DuocUC con una inversión de $ 263 millones; se realizaron otras 510 capacitaciones en Sodimac. • Se crea el CES PRO con el objetivo de diferenciar a los especialistas con mayor grado de fidelidad, lealtad y compromiso con nuestra marca.
Hágalo Usted Mismo (HUM)	Entregar asesoría para el mejoramiento del hogar y la calidad de vida de las familias.	• Implementación de un Programa Anual de Talleres y Proyectos Sociales en 8 comunas de la Región Metropolitana destinado al mejoramiento del hogar de familias más vulnerables. Se realizaron 155 talleres con participación de 1.800 personas en talleres de pintura, cerámica, jardinería, plomeria, electricidad y madera.

COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

Tema	Objetivo	Logros / Brechas
Verificación y Revisión de Productos de Madera y Leña	Verificar todos los productos importados fabricados en madera que ingresan al país y aquellos producidos en el país, exigiendo fumigaciones y cumplimiento de las normas legales.	• Se revisó el 100% de las cajas embarcadas, 1050 pallets y 50.308 cajas de cerámicas. • Se realizaron 88 inspecciones de leña. • Inicio del Programa de Desarrollo de Proveedores de Leña (PDP) en conjunto con la CORFO, que busca mejorar las condiciones, conocimientos y habilidades de manejo de bosques y leña, cumplimiento de estándares legales, laborales y de responsabilidad social.
Campaña de Ahorro de Energía	Sensibilizar y educar a nuestros Públicos de Interés en el uso racional de la Energía y sus diferentes formas de Ahorro.	• Participación en la “Mesa de Trabajo del Retail para la Eficiencia Energética”. • Suscribimos el Protocolo de Ahorro y Eficiencia Energética, iniciativa del Sector Comercio y Centros Comerciales y apoyamos diferentes campañas masivas impulsadas por el Programa País de Eficiencia Energética (PP.EE.)
Programa de Ahorro Energético	Implementar sistemas que permitan la medición, verificación y controles que posibiliten gestionar la disminución en el consumo energético de la compañía.	• Creación de procedimiento de control de la iluminación interna e implementación de sistemas de operación automáticos en equipos de iluminación y climatización en tiendas, lo que permitió ahorrar 8.260Mwh, equivalente a $ 415 millones. • Acuerdo de descuelgue con Chilectra en horas punta, logrando un ahorro del 8% en la facturación total de las tiendas adheridas, lo que equivale a 3.940 Mwh, ahorrando $ 197 millones.

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Tema	Objetivo	Logros / Brechas
Plan Buen Vecino y Sodimac en Acción	Apoyar a la comunidad, especialmente donde tenemos nuestras tiendas a través de un sistema de voluntariado con nuestros trabajadores.	• Se realizaron 41 proyectos sociales, participando 46 tiendas a lo largo del país, incluidas las Oficinas de Apoyo y Centros de Distribución.
Fundación Nuestros Hijos	Apadrinar a la Fundación Nuestros Hijos, institución dedicada a ayudar y asistir a niños enfermos de cáncer.	• Se realizaron las campañas Ayudar es fácil: pide el vuelto (clientes), Hazte Socio (Trabajadores) entre otras actividades, recaudando $ 355.430.350.
Campaña de la Teletón	Incentivar a nuestros clientes y trabajadores a participar en la Campaña de la Teletón que ofrece rehabilitación a miles de niños con discapacidad.	• El esfuerzo de los tabajadores sumado al compromiso de la empresa de entregar $ 1.000 por cada uno de sus empleados reunió la suma de $ 107.662.626. La ermpresa donó un total de $ $ 400.662.626.

Diálogo con Nuestros Grupos de Interés

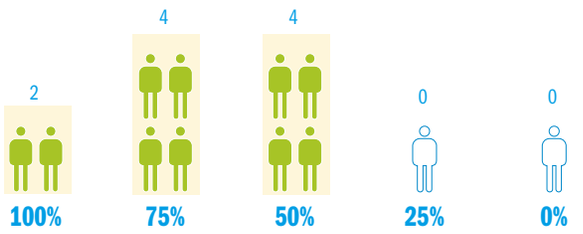
Para Sodimac el diálogo y el fortalecimiento de los canales de comunicación con las diferentes partes interesadas es parte de nuestra cultura y ha resultado estratégico en la proyección de nuestro negocio en el largo plazo.

Hemos desarrollado una serie de herramientas permanentes que nos permiten conocer las necesidades y expectativas de nuestros Públicos de Interés, cuya denominación, detalle y frecuencia se muestra en la tabla de Canales de Comunicación.

Adicionalmente hemos querido conocer la opinión y expectativas de algunos de nuestros diferentes públicos de interés con respecto al Reporte de Sostenibilidad 2007. Con ese objetivo, generamos un proceso de retroalimentación cualitativa realizado por Vincular, Responsabilidad Social Empresarial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, a través del cual conversamos con 10 personas de ocho diferentes grupos de interés entre Autoridades del Holding, Comunidad, Clientes, Empresas Proveedoras, Organizaciones Pares, Entidades Expertas en RS y Trabajadores de Sodimac.

Aún cuando el número de entrevistados fue reducido, la importancia que los interlocutores revisten para Sodimac, hacen que sus opiniones y sugerencias tengan especial relevancia. Creemos que en nuestra condición de "alumnos permanentes", resulta positivo compartir las observaciones hechas por estos grupos de interés, cuyas sugerencias incorporamos en el presente Reporte.

PORCENTAJE DE LECTURA DEL REPORTE 2007
Universo: 10 entrevistados



Fuente: Centro Vincular -RS, PUCV

Encuesta Semiestructurada

El instrumento utilizado para levantar las opiniones fue una encuesta semiestructurada que consta de siete consultas sobre temas como acceso al informe, porcentaje de lectura, evaluación de los capítulos, sugerencias y calificación del informe, percepción general de Sodimac y oportunidades de mejora para el informe y gestión de la compañía.

Los resultados generales de la encuesta arrojan que un 80% de los entrevistados recibieron el informe en la ceremomia de lanzamiento y el 20% restante lo recibió por correo con motivo de la entrevista. Al ser consultados sobre el porcentaje de lectura un 80% dijo haber leído entre un 50% y 75%, mientras que el resto leyó la totalidad del informe.

Evaluación de los Capítulos

Según la percepción de los Públicos, los aspectos menos apreciados son aquellos de carácter técnico metodológico que los usuarios no conocen en detalle o no disciernen su utilidad: Cuestionario de retroalimentación, Tabla de indicadores y Glosario.

Por el contrario los más apreciados son aquellos que son propios del quehacer de la empresa o tienen una alta relación con la temática: Clientes, Compromiso con el Medio Ambiente, con la Comunidad y Gobierno y Ética Corporativa.

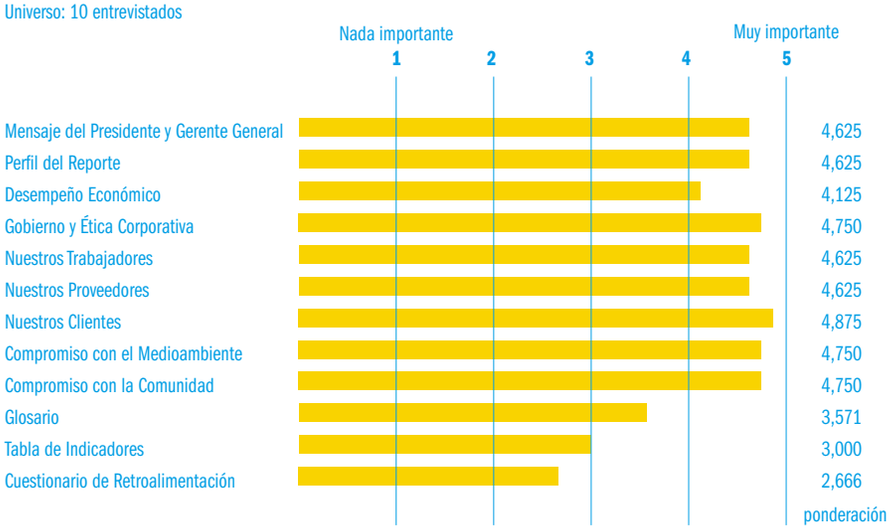
En términos generales al calificar el Reporte entre 1: Nada Importante y 5: Muy Importante, se nota un fuerte aprecio por el mismo con un resultado promedio de 4,248 puntos.

Por otra parte, el mayor puntaje lo obtiene la percepción de tratarse de un documento interesante y confiable para el lector y que cuenta con un adecuado nivel de profundidad.

Los aspectos más negativos son los relativos a los canales de comunicación con los sectores interesados y el esfuerzo en poner la información en menos páginas, ya que hay un sector significativo que considera que disminuir su tamaño es perjudicial dada la envergadura de la empresa.

EVALUACIÓN CAPÍTULOS DEL REPORTE 2007

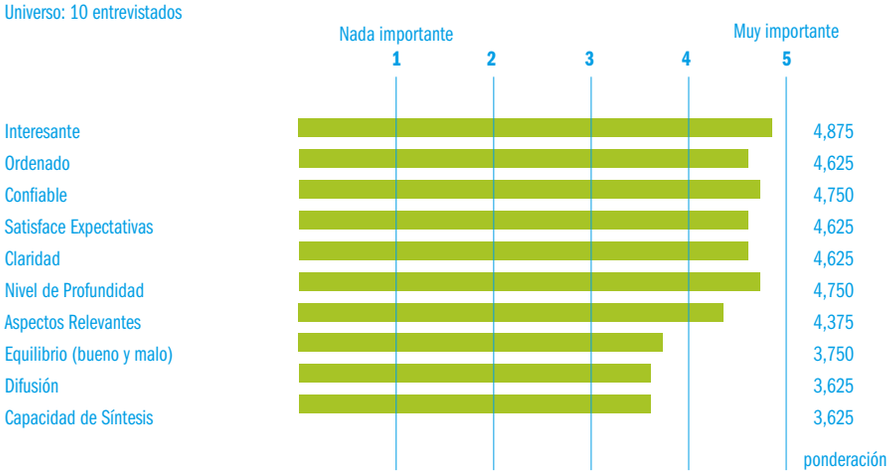
Universo: 10 entrevistados



Fuente: Centro Vincular -RS, PUCV

ASPECTOS RELEVANTES DEL REPORTE 2007

Universo: 10 entrevistados



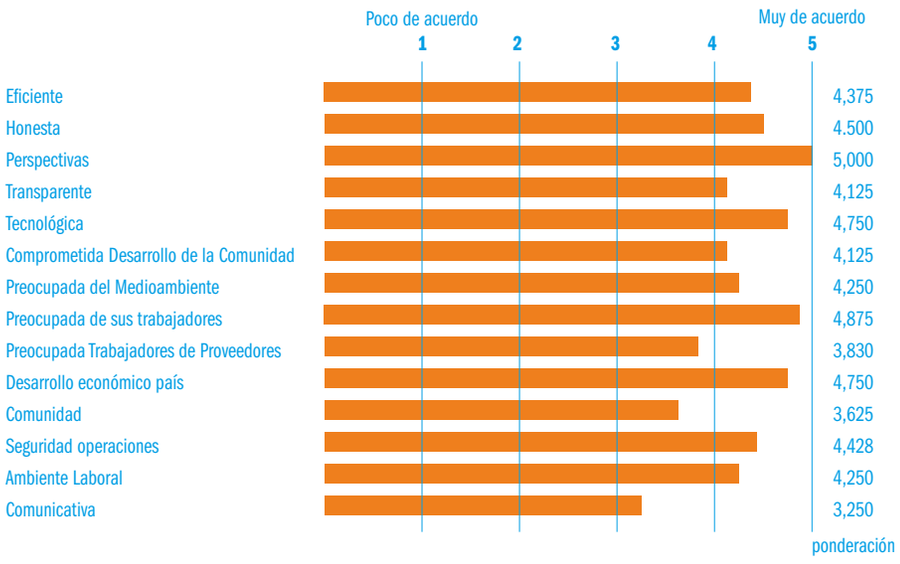
Fuente: Centro Vincular -RS, PUCV

Percepción hacia Sodimac

Al consultar por la percepción que se tiene sobre la empresa en diversos ámbitos, los promedios son muy altos, sin embargo, existen dos factores que los alteran: tanto el director de la empresa como el representante de la comunidad son optimistas, en cambio los pares y las empresas instituciones especializadas son más exigentes. Esto es especialmente notorio en temas como medioambiente y transparencia. Sin embargo, es importante destacar que la baja calificación asignada a trabajadores de proveedores, aspectos de comunicación y relaciones con la comunidad, se debe al desconocimiento que algunos entrevistados tienen al respecto y que los llevó a no realizar una calificación específica.

PERCEPCIÓN HACIA SODIMAC

Universo: 10 entrevistados



Fuente: Centro Vincular -RS, PUCV

Sugerencias al Reporte 2007

Principales sugerencias, según las áreas reportadas

Perfil del Reporte

"En la estructura de Gobierno poner una sola carta"

Gobierno Corporativo

"No queda clara la jerarquía de los directorios y gerencias"

"¿Por qué no salen los correos de los ejecutivos de las gerencias y directorios?"

Desempeño Económico

"No está el 100% de la información, pero con lo que dicen uno perfectamente se puede hacer una idea..."

Trabajadores

"Yo hubiese esperado que en el área de capacitación hubiesen ido más al fondo"

"Respecto de los sindicatos: no siento que el tema aparezca tan destacado"

"Destacar más la evolución del Great Place to Work y ampliar su cobertura"

"Cada trabajador debería llevar este informe bajo el brazo en la inducción"

Proveedores

"Uno de los capítulos que habría que mejorar es el de los Proveedores, les falta tener una mayor complicidad con ellos, más que números"

Clientes

"Yo el tema de los clientes lo pondría en primer lugar, después los trabajadores"

Medioambiente

"En medioambiente, se reporta el papel reciclado y los residuos electrónicos, pero no se hace nada con el embalaje que es mucho"

"El desafío está en la comparabilidad y falta gestión en el uso de luz y agua"

"En medioambiente me gustaría tener más detalle"

Comunidad

"En lo relativo a su compromiso con la comunidad creo que se quedan cortos. Ellos son modestos en su forma de expresar el compromiso que tienen con la comunidad."

"En la comunidad me gustaría saber cuan efectiva son las alianzas con el mundo Sodimac ..."

Canales de Comunicación en Sodimac

Accionistas

Clientes

Proveedores

Canales de información **Generales**

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

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

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

Canales de información **Selectivos**

Accionistas
- Informes Gerenciales ME
- Informes Directorio ME

Clientes
- Revista Hágalo Usted Mismo ME
- Revista Círculo de Especialistas ME
- Programa de TV Hágalo Usted Mismo SE
- Catálogos Promocionales SE
- CES para Maestros DI

Proveedores
- Información Vía Correo Electrónico DI
- Curso de Producción Responsable para Pymes AN

Canales de **Participación**

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

Clientes
- 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

Proveedores
- 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 Preview TR
- Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) AN

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

Trabajadores

Organismos Públicos

Organizaciones Sociales

Canales de información **Generales**

Trabajadores

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

Organismos Públicos

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

Organizaciones Sociales

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

Canales de información **Selectivos**

Trabajadores

- 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

Organismos Públicos

- Informes específicos a Organismos Públicos de Interés, tales como SVS, Sernac, FNE, entre otros ME

Organizaciones Sociales

- Plan Buen Vecino - Sodimac en Acción DI
- Información Vía Correo Electrónico DI

Canales de **Participación**

Trabajadores

- 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
- Diáliogos Comités Paritarios ME
- Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) AN

Organismos Públicos

- 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

Organizaciones Sociales

- 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

Alianzas Nacionales e Internacionales

	ORGANIZACIÓN	OBJETIVO DE LA ORGANIZACIÓN	CALIDAD DE SODIMAC EN LA ORGANIZACIÓN
SOFOFA	**SOFOFA** Sociedad de Fomento Fabril (www.sofofa.cl)	Busca promover la generación, el progreso y la expansión de actividades industriales nacidas de la iniciativa de los particulares, además de fomentar la permanente modernización tecnológica de la industria nacional y la implementación de normas para la mayor eficiencia económica en la administración y operación de las empresas.	A Asociado
CNC	**Cámara Nacional de Comercio** (www.cnc.cl)	Liderar el desarrollo de los asociados mediante la gestión gremial, orientándolos hacia la obtención de los recursos necesarios para mejorar su emprendimiento y RS, respetando los principios de la libre empresa, interactuando con organismos públicos y privados, nacionales e internaconales.	A Asociado
	Cámara de Comercio de Santiago (www.ccs.cl)	Defender los intereses de las empresas de diversos tamaños y sectores a favor de un mejor desarrollo futuro del comercio nacional.	A Asociado
CÁMARA CHILENA DE LA CONSTRUCCIÓN	**Cámara Chilena de la Construcción** (www.cchc.cl)	Busca contribuir al bienestar de las personas mediante el desarrollo y perfeccionamiento constante del sector. Además promueve el uso eficiente de los recursos en los aspectos gremiales, sociales y económicos, dentro de un estricto marco ético.	A Asociado
ACHS	**ACHS** Asociación Chilena de Seguridad (www.achs.cl)	Busca entregar a los empleados de las empresas asociadas ambientes laborales sanos, seguros y exentos de riesgos, a fin de preservar en plenitud su integridad física y síquica.	A Asociado
THE GLOBAL COMPACT	**Pacto Global de las Naciones Unidas** (www.unglobalcompact.org)	Busca 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.	A Asociado

	ORGANIZACIÓN	OBJETIVO DE LA ORGANIZACIÓN	CALIDAD DE SODIMAC EN LA ORGANIZACIÓN
CONAR	**CONAR** (www.conar.cl)	Busca autorregular desde la perspectiva ética, la actividad publicitaria nacional, de manera tal que se desarrolle en armonía con los principios y normas consagradas en el Código Chileno de Ética Publicitaria.	**A** Asociado
	Generación Empresarial (www.generacionempresarial.cl)	Busca impulsar el espíritu empresarial ético frente a todos los retos planteados por los cambios socioeconómicos contemporáneos.	**A** Asociado
Chile 2008	**ISO 26.000** (www.chile2008-socialresponsibility.cl)	Norma internacional de Responsabilidad Social que busca guiar y garantizar en todas las organizaciones, la aplicación de valores, principios, procesos y prácticas de trabajo, en temas tan amplios como el respeto a los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente y asuntos laborales, entre otros.	**P** Participante
GREAT PLACE TO WORK INSTITUTE CHILE	**GPTW** Great Place to Work Institute Chile (www.greatplacetowork.cl)	Busca fomentar la mejora de la calidad de vida laboral, a través de herramientas relacionales y un ranking anual donde se evalúan las condiciones laborales de las empresas participantes.	**P** Participante
Chile TRANSPARENTE	**ChileTransparente** (www.chiletransparente.cl)	Busca que las organizaciones adopten procedimientos y sistemas que apunten a fortalecer su gestión de ética, reputación y sostenibilidad en el largo plazo.	**P** Participante
PROhumana	**Fundación PROhumana** (www.prohumana.cl)	Busca construir una cultura de responsabilidad social empresarial y ciudadana en Chile, promoviendo una actitud proactiva en las personas, instituciones y empresas.	**P** Participante

Premios y Reconocimientos 2008

Premio Carlos Vial Espantoso

En abril de 2008, Sodimac fue premiada por la Fundación Carlos Vial Espantoso como la mejor empresa en la construcción de relaciones laborales de confianza, que valora el aporte de las personas en sus resultados y que se atreve a desarrollar iniciativas innovadoras de mutua colaboración. Un total de 76 empresas postularon y debieron presentar antecedentes y responder un cuestionario con materias como la Política de RR.HH., Capacitación, Política de Incentivos, Remuneración Variable y Relación con los Trabajadores. El jurado estuvo compuesto por destacadas personalidades del ámbito gremial, público y privado del país.

Reconocimiento del CONACE

El Consejo Nacional para el Control de Estupefacientes (CONACE) entregó en noviembre de 2008 un reconocimiento a empresas privadas y otras entidades públicas por su preocupación y compromiso con el Programa "Trabajar con Calidad de Vida: Política de Prevención del Consumo de Drogas y Alcohol en el Mundo Laboral".

Premio E-Waste 2008 (Reciclaje Electrónico)

La empresa Recycla (reconocida por la Fundación Schwab de Suiza) realizó por quinto año consecutivo el Premio E-Waste – 2008, entregando este reconocimiento en la categoría retail a Sodimac por su contribución al cuidado del medioambiente a través del reciclaje electrónico, contribuyendo así en las diferentes soluciones para disminuir la basura electrónica en Chile y el calentamiento global.

Ranking de Reputación Corporativa (RRC)

En la séptima versión del Ranking de Reputación Corporativa (RRC), que Collect GFK, realiza para Hill & Knowlton Captiva y diario La Tercera, Sodimac obtuvo el 4° lugar en la categoría Responsabilidad Social, como una de las empresas con buenas prácticas con sus trabajadores, la comunidad y el medioambiente. También obtuvo el 4° lugar en Ambiente Laboral, Gestión y Liderazgo, Productos y Servicios y el primer lugar en la categoría Ranking Emocional, como la empresa más querida entre los consumidores.

Premio Marketing Relacional BIG

Sodimac recibió el Gran Premio BIG 2008, avalado por el patrocinio de las tres principales asociaciones gremiales en el área de publicidad: Asociación de Marketing Directo de Chile (AMD), la Asociación Nacional de Avisadores (ANDA) y la Interactive Advertising Boreau (IAB Chile), por su campaña Home Club: Primer Programa de Marketing Relacional destinado al Mejoramiento del Hogar. Esta estrategia multimedial para la fidelización de clientes contó con la ayuda de un Blog, informativos mensuales, eventos y beneficios segmentados, con los cuales nuestra empresa logró un importante aumento en ventas y una alta tasa de retención.

Perfil de Sodimac

GRI
2.2
2.3
2.4
2.5
2.6
2.7
2.8
2.9

Quiénes Somos

Sodimac es una empresa que se dedica a desarrollar, satisfacer y dar soluciones a los proyectos de construcción de sus clientes, además de las necesidades de mejoramiento y decoración de sus hogares, ofreciendo excelencia en el servicio, integridad en su trabajo y un fuerte compromiso con la comunidad.

Nuestros Valores

Excelencia en el Servicio al Cliente

Nuestro principal compromiso es con el cliente, de su satisfacción depende nuestro éxito.

Trabajo en Equipo

Somos una empresa en donde cada trabajador tiene un aporte valioso que entregar para el proyecto global de la compañía. Valoramos las distintas opiniones e incentivamos a expresarlas.

Honestidad e Integridad

Cuidamos los recursos que administramos, cumplimos consistentemente con las políticas de la compañía y aceptamos la responsabilidad de nuestras decisiones.

Desarrollo de Nuestra Gente

Cuidamos, potenciamos y desarrollamos a nuestros talentos, para lo cual capacitamos permanentemente a nuestro personal.

Espíritu Emprendedor

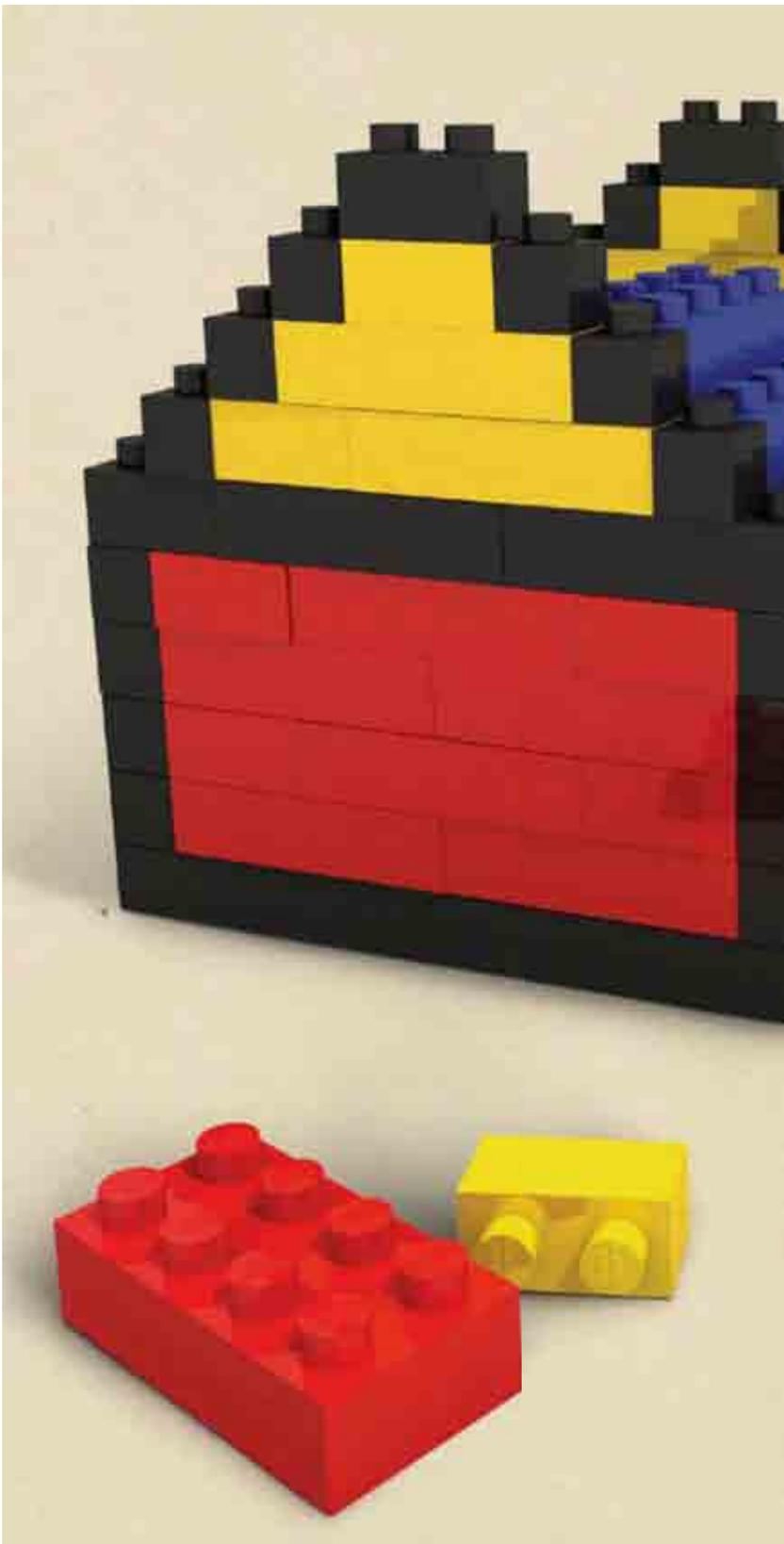
Valoramos e incentivamos la innovación, la creatividad y la flexibilidad como una forma permanente de buscar nuevas maneras de optimizar nuestro trabajo.

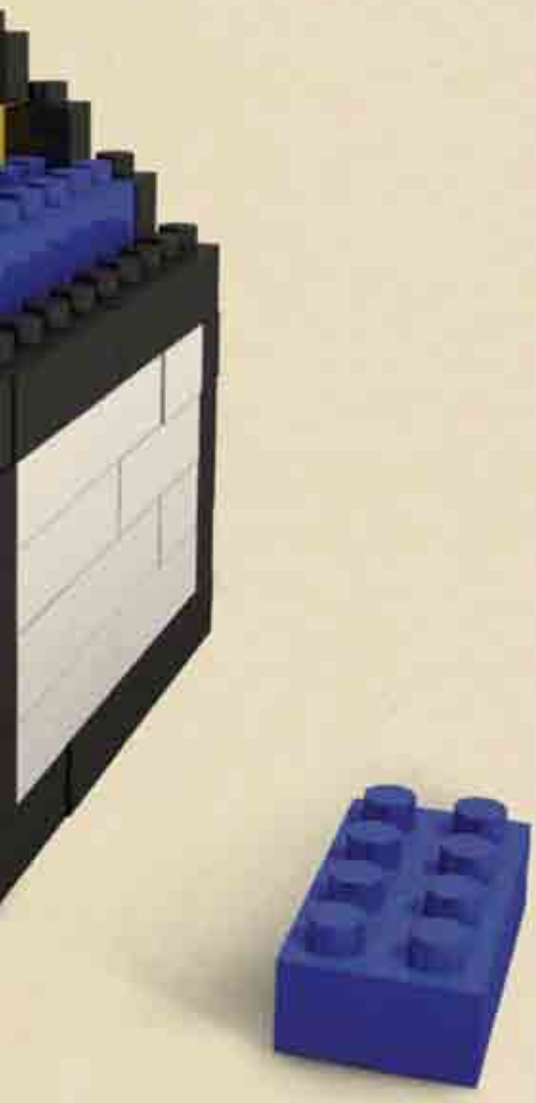
Rentabilidad para los Accionistas

Nos comprometemos con las metas de rentabilidad de la inversión. El éxito de la compañía representa el éxito para el trabajador y su familia.

Empresa Socialmente Responsable

Lo entendemos como un compromiso y conjunto de políticas, multifacéticas sostenidas en el tiempo e integradas transversalmente en todas las esferas de nuestro negocio, como una herramienta estratégica para fortalecer nuestro crecimiento y sostenibilidad y construir relaciones de confianza con nuestro diverso público de interés.





Nuestra Misión

Ayudar a mejorar la calidad de vida de los hogares y productos para el mejoramiento del hogar de las comunidades en las que estamos presentes, ofreciendo a nuestros clientes excelencia en el servicio, proporcionándoles la más amplia variedad de productos, de la mejor calidad y a los mejores precios del mercado, logrando a través de ello satisfacer sus necesidades para la realización de sus proyectos de construcción, remodelación, mejoramiento o decoración de sus hogares.

Nuestra Visión

Ser la empresa de retail más grande y “mejor” de Latinoamérica en la distribución de materiales de construcción y productos para el mejoramiento del hogar.

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.

PARA
TRUIR
OPERATIVA
ODIMAC

Nuestra Historia
1952 > 2009

Las primeras Bodegas de Sodimac

Sodimac inicia sus actividades en 1952 como una Cooperativa abastecedora de empresas constructoras la que en 1982, es adquirida por Empresas Dersa, constituyendo la sociedad Sodimac S.A.

Recogiendo las experiencias internacionales, se introduce en 1988 el formato de venta al detalle “Homecenter Sodimac”, destinado a satisfacer las necesidades de mejoramiento, reparación y decoración del hogar. Fue el primero de su tipo en Chile y en América Latina y fue rápidamente aceptado por los consumidores.

El proceso de crecimiento sostenido de la compañía, significó que en el año 1994, se iniciara el proceso de internacionalización, asociándose con el grupo Corona de Colombia, de manera de extender su modelo de negocio de Homecenter a dicho país.

En el año 2003 se produce la incorporación de Sodimac S.A. como filial de SACI Falabella, iniciándose el proceso de integración con el mayor grupo de retail en Chile y América Latina.

En abril de 2007, Sodimac adquiere el 60% de la cadena de ferreterías Imperial que cuenta con 7 locales distribuidos en las regiones V, VIII y Metropolitana.

Durante el año 2008, la compañía continuó su plan de inversiones, remodelando algunas tiendas, abriendo nuevos puntos de venta y desarrollando inversiones para sostener la operación logística a través de la construcción de modernos Centros de Distribución en Coronel y Santiago.

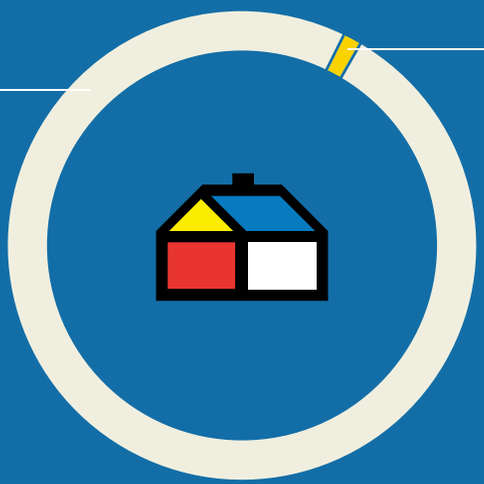
Este proceso ha sido tremendamente exitoso, teniendo especial atención en el cuidado de nuestra gente, el respeto de las culturas y tradiciones de la empresa. Esta estrategia se ha reflejado en excelentes resultados que buscamos proyectar en el largo plazo.

Propiedad y Adquisiciones

GRI
2.9

Sodimac es parte del grupo Falabella, que controla directa e indirectamente el 100% de su capital social, a través de sus filiales Home Trading S.A. e Inversiones Parmin SpA quien reemplaza a la sociedad Venser Ltda.

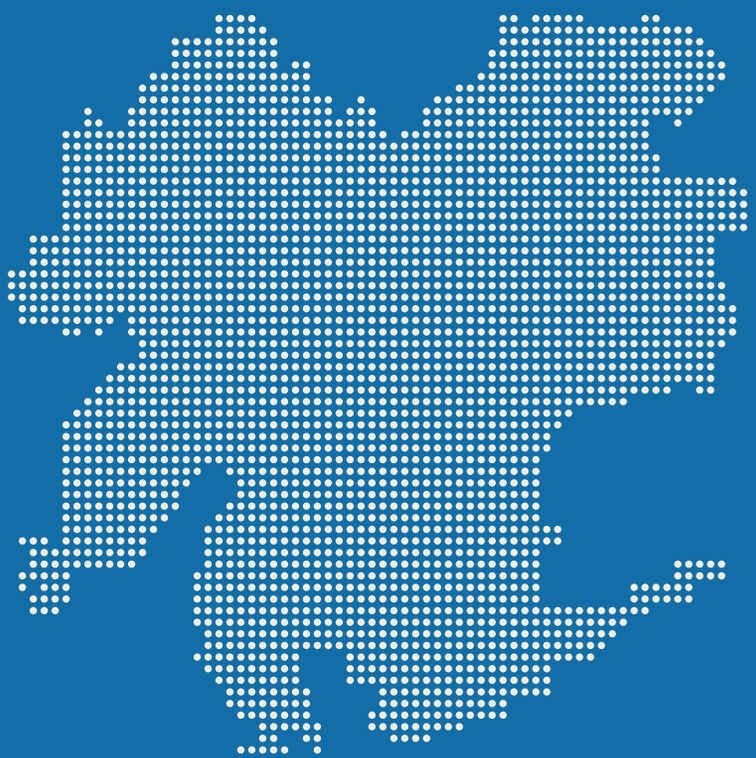
Home Trading S.A.
22.132.737.669 acciones
99,99999887%



Inversiones Parmin SpA.
252 acciones
0,00000113%

Total acciones: 22.132.737.921 (Cifras al 31 de diciembre 2008)

Tiendas en Región Metropolitana



22

16 Homecenter Sodimac
5 Sodimac Constuctor
1 Unidad de Venta a Empresas

Tiendas en Chile

58

45 Homecenter Sodimac
12 Sodimac Constuctor
1 Unidad de Venta a Empresas

Distribuidas en 31 ciudades a lo largo del país

Desarrollo Operativo de Sodimac

No incluye Imperial

Trabajadores

2006	2007	2008
14.853	15.428	16.402

Tiendas

2006	2007	2008
54	55	58

Superficie total (m^2)

2006	2007	2008
428.000	455.000	505.000

Industria del Retail

En la industria del sector de Mejoramiento del Hogar y de Materiales de Construcción, se pueden distinguir tres segmentos que son: Reparación y Mantención, Mejoramiento del Hogar y Obras Nuevas.

Aunque gran parte de la demanda de la industria proviene de actividades directamente relacionadas con la construcción, este mercado se correlaciona no sólo con el sector de la construcción, sino también con el retail. Durante el período 2000 - 2007 el mercado ha alcanzando una tasa de crecimiento promedio anual de 5,1%, superior al crecimiento experimentado por el PIB nacional, pero similar al crecimiento de los sectores Comercio y Construcción, que durante el mismo período crecieron un 5,3% y 5,2% anual, respectivamente.

El Modelo de Negocios de Sodimac

Para enfrentar este crecimiento de la industria, Sodimac ha implementado una exitosa estrategia de segmentación de mercado. Para ello, ha establecido distintos tipos de formato de negocio y servicios complementarios ofrecidos a sus clientes.

La propuesta actual de Sodimac procura incorporar en un sólo lugar todos los formatos de venta, sin embargo, cada uno de éstos tiene estrategias particulares que están orientadas a servir de la mejor manera a nuestros clientes.

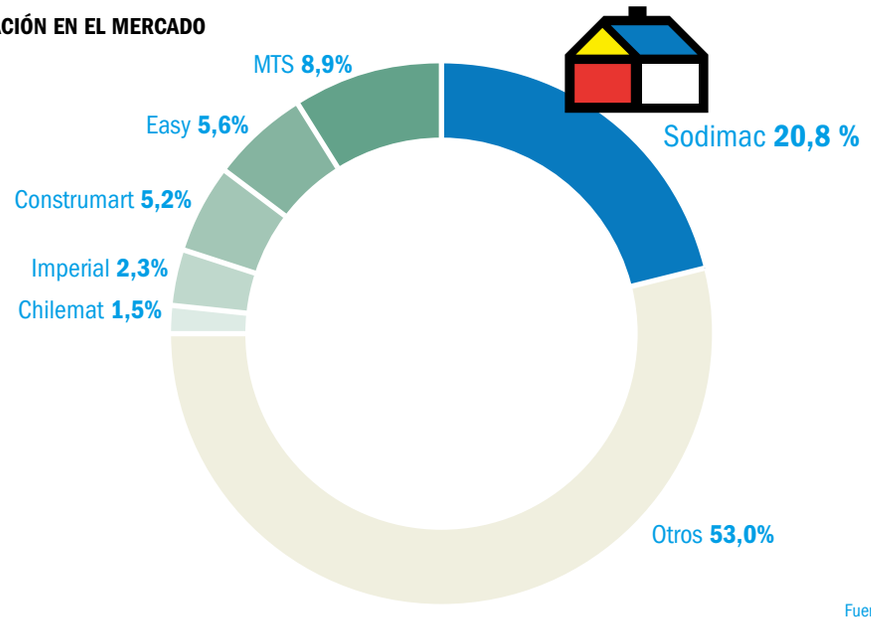
Factores de Riesgo del Negocio

Nuestros principales factores de riesgo son:
- Variación en los ciclos económicos
- Variación en el sector comercio
- Variación en el tipo de cambio
- Competitividad
- Alza de valor de inmuebles

Adicionalmente a estos factores, el principal factor de riesgo en la actualidad está representado por el impacto que puede tener la crisis financiera internacional que se ha manifestado a contar del último trimestre de 2008. Lo anterior ya que en Chile afecta muy sensiblemente el sector de la construcción y el comercio.

Mercados	Mejoramiento del Hogar	Mantención y Reparación del Hogar	Obras Nuevas
Clientes	Familias (Dueños y dueñas de casa)	Maestros (Contratistas, pequeños especialistas)	Empresas (constructoras medianas y grandes)
Formato de Tienda	HOMECENTER SODIMAC	SODIMAC CONSTRUCTOR	SODIMAC EMPRESAS

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO



Fuente: Sodimac

Sodimac y su Desarrollo en el Mercado

Sodimac posee (a diciembre 2008) una participación de mercado global del 23,1% incluyendo Imperial.

En cuanto a superficie construida en 2008, Sodimac alcanzó los 505 mil M2, entre tiendas, nuevas aperturas y remodelaciones a lo largo del país.

Ferreterías Imperial

Sodimac busca permanentemente nuevos formatos comerciales que cubran segmentos específicos de mercado. Es así como en 2007, la compañía adquiere el 60% de la cadena de Ferreterías Imperial, con 8 locales, de los cuales 6 están ubicados en la Región Metropolitana, 1 en Valparaíso y otro en Concepción, sumando un total de 39.166 m2 construidos.

Política de Compras

Sodimac tiene un proceso de abastecimiento centralizado, tanto en la compra como en la distribución. La cadena de almacenamiento separa por una parte y privilegia los productos nacionales de los importados y los productos estacionales de los regulares. Cada uno de ellos posee reglas de operación y sistemas de gestión diferenciados.

Nuestro campo de actividad es el mundo entero, donde viajan permanentemente nuestros ejecutivos. Buscamos los mejores productos, al mejor precio, y respaldados por fabricantes de confianza. Importamos las marcas más prestigiosas del mundo, incluyendo proveedores de China, Estados Unidos, Europa y Sri Lanka, entre otros.

Un reflejo de ello es la oficina que hemos instalado en China, donde opera un equipo de profesionales chinos y ejecutivos chilenos. En ella podemos identificar los productos adecuados para nuestros mercados, controlando la calidad de los mismos.

La estrategia de compras de Sodimac va más allá de la variable precio-calidad; considera una base estable de 1.300 proveedores de los más variados rubros y tamaños, promoviendo su desarrollo, su mejoramiento continuo, la calidad y seguridad de los productos en pos de un encadenamiento estratégico que avance hacia el concepto de aprovisionamiento sustentable, como parte de nuestra política de responsabilidad social.

Nuestros Productos y Marcas Propias

Motivados por entregar a nuestros clientes un amplio surtido de productos de las más variadas marcas y a los precios más convenientes.

En la actualidad, es usual en el sector del retail que un porcentaje importante de los productos que ofrece, sean marcas propias. En el caso de Sodimac el desarrollo de dichas marcas es fundamental para entregar mejores y más variados productos a nuestros clientes. Contamos con un portafolio de marcas propias en las más diversas familias de productos, las que representan cada vez una proporción más significativa en las ventas totales de la Compañía.

Dentro de las marcas propias podemos destacar: Ecole, Mr Beef, Kolor, Redline, Bauker, Project Tools, Autostyle, Karson, Topex, Klunter, Klimber, Mr Chrixtmas, Casa Bonita, entre otras.

LÍNEAS DE PRODUCTOS PROPIOS DESARROLADOS:

- Baño y cocina
- Ferretería
- Gasfitería
- Cerámica
- Fijaciones
- Jardín
- Revestimientos
- Electricidad
- Iluminación
- Tabiquería, techumbre y aislaciones
- Aglomerados, áridos y aditivos
- Pintura y accesorios
- Fierro
- Madera y tableros
- Puertas, ventanas y molduras
- Menaje
- Temporada
- Cerrajería
- Aseo
- Climatización
- Cortinaje
- Quincallería
- Seguridad
- Mascotas
- Textil, alfombra y papeles murales
- Línea blanca y electrodomésticos
- Muebles y organizadores
- Adhesivos y sellantes
- Accesorios de automóviles
- Comunicaciones y electrónica

Sodimac en América Latina

La expansión internacional del negocio comenzó en 1994 cuando, en asociación con el grupo Corona, ingresamos a Colombia. Proceso que se profundiza con el ingreso a Perú y recientemente a Argentina.

En Colombia contamos con 17 tiendas y una superficie de venta de más de 170 mil m2; en Perú tenemos 12 tiendas y una superficie de más de 93 mil m2; y en Argentina se abrieron durante el 2008 cuatro tiendas, con una superficie de más de 46 mil m2.

La inversión en estos países se concreta a través de filiales de Falabella, a la cual Sodimac pertenece. De esta forma hemos logrado una gestión coordinada entre las operaciones de los distintos países, logrando importantes sinergias comerciales, logísticas, tecnológicas y operativas.

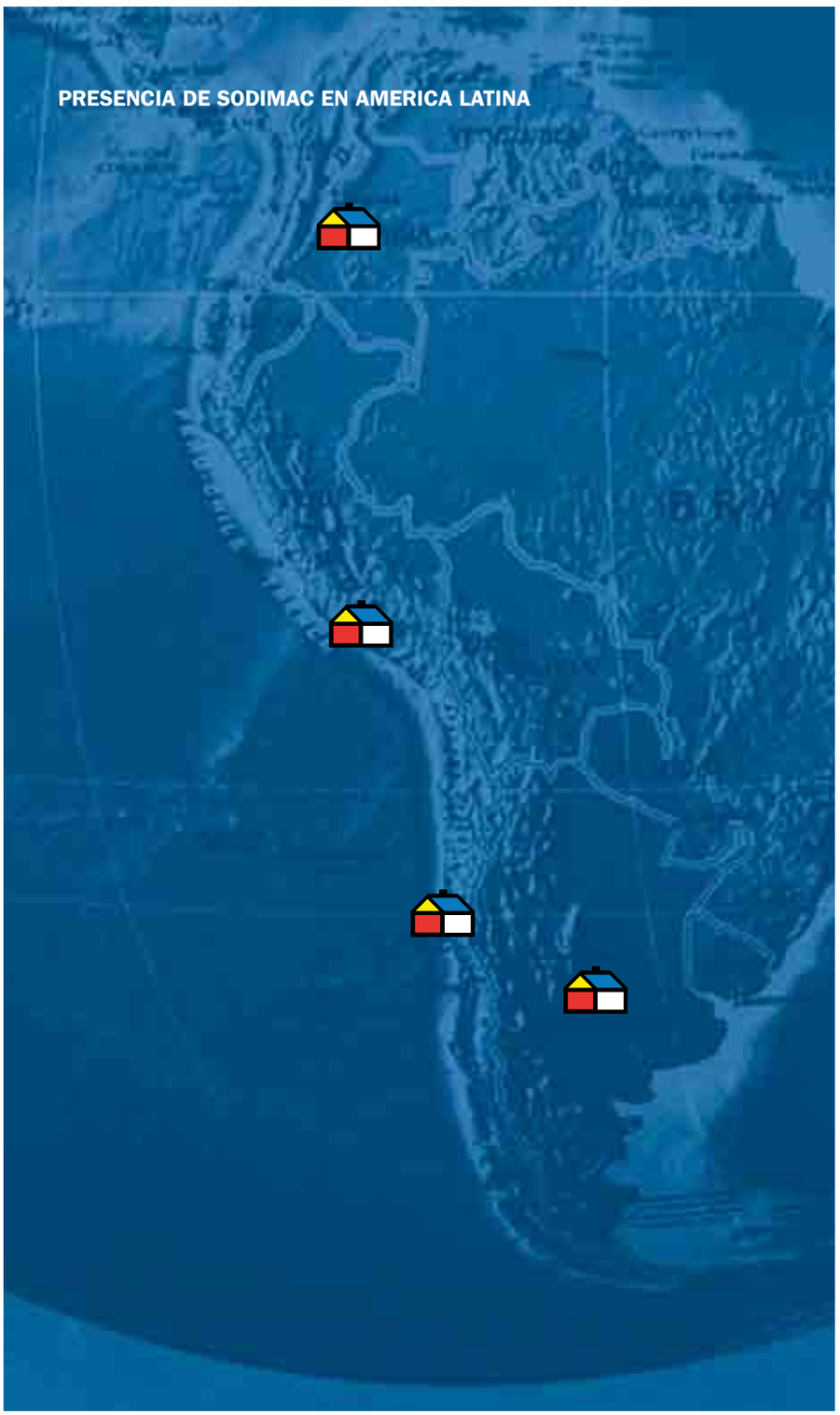
Sodimac Colombia
17 TIENDAS

Sodimac Perú
13 TIENDAS

Sodimac Chile*
58 TIENDAS

Sodimac Argentina
4 TIENDAS

*No considera Imprerial



Logística y Distribución

En la actualidad Sodimac tiene una completa red de distribución, compuesta por 58 puntos de venta, localizados privilegiadamente desde Arica hasta Punta Arenas.

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, ha llevado a nuestra empresa a desarrollar una operación que permita optimizar el proceso de logística y distribución.

Es así como en abril de 2008 entró en operación el nuevo centro de Distribución de Coronel, que tiene una superficie construida de 16.000 metros cuadrados, emplazados en un terreno de 6 hectáreas y que reemplazó al antiguo centro de distribución de San Vicente.

En 2009 se espera la apertura del nuevo centro de Distribución Lo Espejo en Santiago, que con una superficie construida de 80.000 metros cuadrados, emplazado en un terreno de 22 hectáreas, concentra en un sólo lugar físico toda la operación logística de Santiago, que actualmente está diseminada en 6 bodegas.

Estas inversiones cercanas a los US$ 45 millones, permitirán potenciar y consolidar la infraestructura logística de Sodimac con importantes beneficios para la empresa; mejoras significativas para los trabajadores; importantes ahorros en materia de eficiencia energética; en gastos de transporte y arriendos.

Nuevo Centro de Distribución Lo Espejo, Santiago

Desempeño Económico

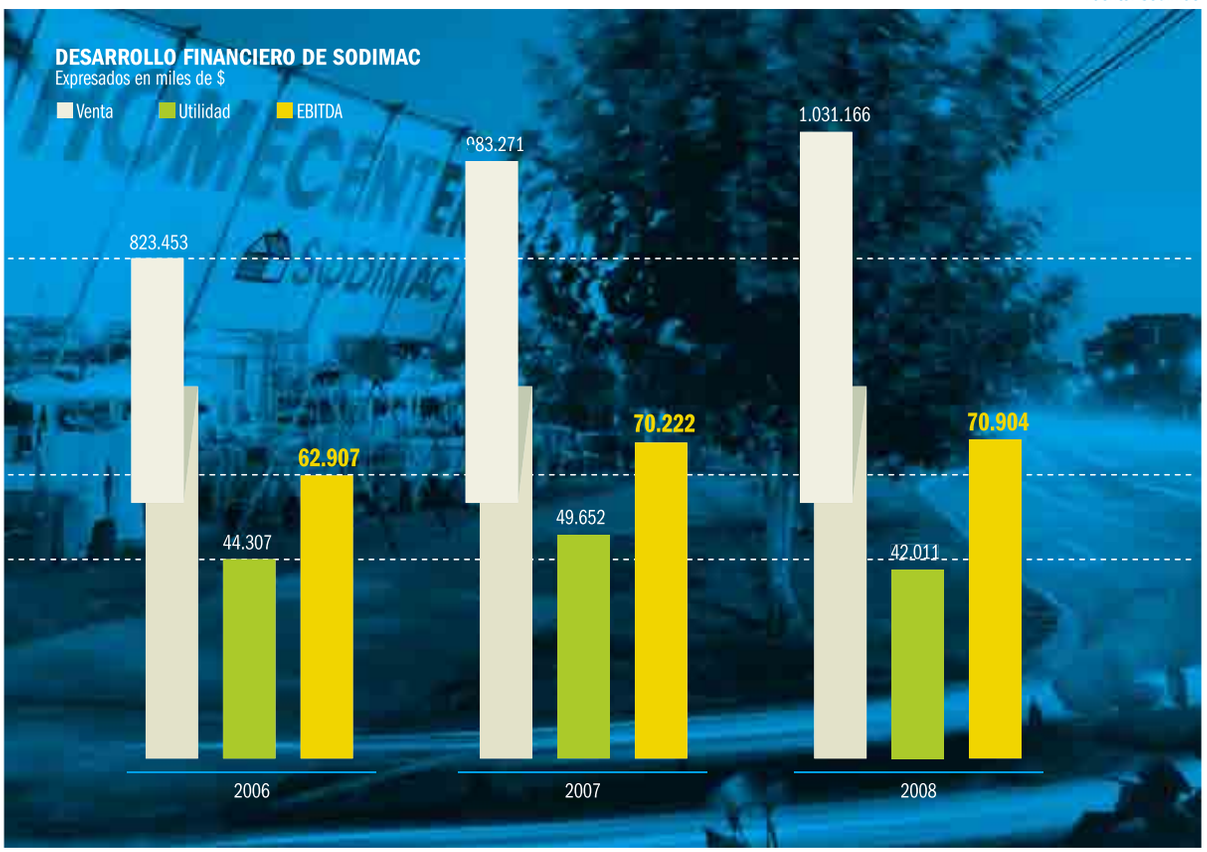
CAJA 18
CAJA 17
CAJA 16
CAJA 15
CAJA 14
94
96
USA TU CMR
¡JUNTA PUNTOS Y GANA!

Desempeño Económico en Sodimac

El año 2008 fue muy importante para Sodimac, reafirmando su liderazgo como la principal empresa de su industria en Chile, logrando alcanzar una participación de mercado del 23,1%. En este mismo año, los ingresos ascendieron a M$1.031.166.395, representando un crecimiento del 4,9% en relación con el ejercicio anterior.

En el siguiente gráfico, podemos apreciar el resultado de la gestión acumulada hasta diciembre de 2008 en que Sodimac Chile muestra utilidades de M$42.011.215, cifra inferior en 15,4% a la obtenida en el año anterior que fue de M$49.652.598.

Fuente: Sodimac

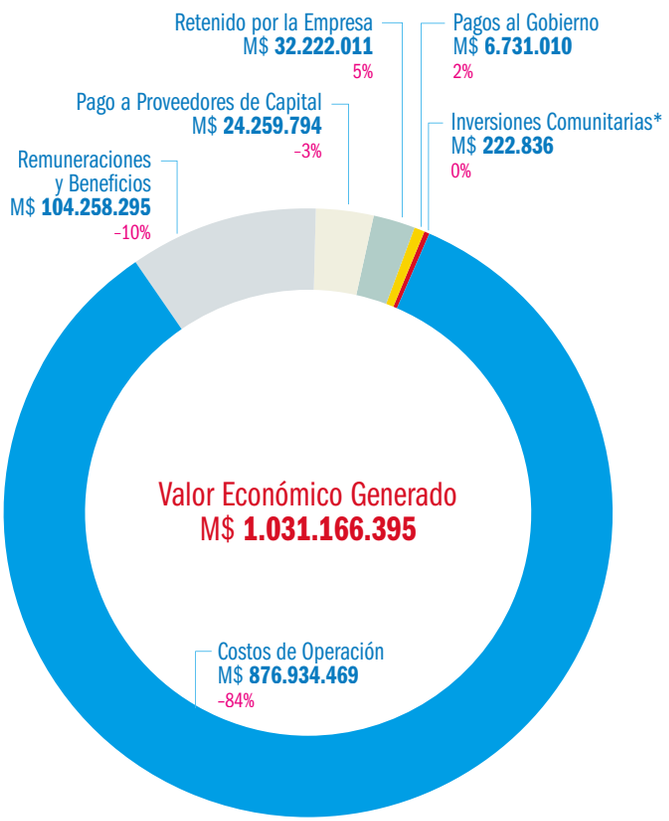


Valor Económico Generado y Distribuido

Los efectos de nuestra estrategia de desarrollo repercuten en cada uno de nuestros públicos de interés.

Deseamos que nuestro desempeño económico también signifique beneficios concretos para nuestros interlocutores. A continuación mostramos la distribución porcentual del Valor Generado por Sodimac entre sus diversos públicos.

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO 2008
Expresados en miles de $
Variación porcentual



Fuente: Sodimac

El cuadro muestra cómo la empresa ha distribuido el Valor Económico Generado, entre sus diferentes públicos y al mismo tiempo la variación porcentual entre los años 2007 y 2008.

$ M DICIEMBRE 2008	2007	2008	VARIACIÓN
Valor Económico Generado	**983.271.277**	**1.031.166.395**	**4,7%**
Valor Económico Distribuido (menos)	**(934.064.570)**	**(998.944.384)**	**6,5%**
Costo de Operación (menos)	**(827.761.220)**	**(876.934.469)**	**5,7%**
Costo de la Explotación (menos)	(713.611.706)	(753.386.437)	
Gastos de Adm. y Ventas (menos)	(114.149.514)	(123.548.032)	
Remuneraciones y Beneficios (menos)	**(97.501.780)**	**(104.258.295)**	**6,9%**
Pago a Proveedores de Capital (menos)	(31.636.239)	(24.259.794)	-23,4%
Dividendos (menos)	(28.882.422)	(19.669.069)	
Gastos Financieros (menos)	(2.753.817)	(4.590.725)	
Pagos al Gobierno	**23.211.899**	**6.731.010**	**-71,1%**
Impuesto a la Renta (menos)	(6.430.561)	(8.227.619)	
Patentes Vehículos (menos)	(5.377)	(4.719)	
Patentes Comerciales (menos)	(321.284)	(315.147)	
Contribuciones (menos)	(145.814)	(242.806)	
Derechos Municipales Publicidad (menos)	(139.254)	(92.573)	
IVA pagado	30.254.189	15.613.874	
Inversiones Comunitarias * (menos)	**(377.230)**	**(222.836)**	**-41%**
Valor Económico Retenido	49.206.707	32.222.011	

* El total de inversiones comunitarias en 2008 alcanzaron los $912.439 millones, de los cuales $222.836 millones fueron pagados por concepto de Ley de Donaciones.

Fuente: Sodimac

El año 2008 fue muy importante para Sodimac, reafirmando su liderazgo como la principal empresa de su industria en Chile, logrando alcanzar una participación de mercado del 23,1%.

Proveedores: Costos Operacionales
Los costos generados en el desarrollo de las operaciones de la empresa en 2008 ascendieron a $876.934 millones. Esto incluye los gastos por pago a proveedores por $772.552 millones y los gastos por administración y ventas.

Trabajadores: Remuneraciones y Beneficios
Durante 2008 los gastos en remuneraciones y beneficios ascendieron a $104.258 millones, cifra superior respecto al periodo anterior en un 6,9%, lo cual se explica principalmente por la mejora de los montos y beneficios salariales que Sodimac entregó a sus trabajadores y en menor medida, al aumento de la cantidad personas que se integraron laboralmente a la empresa.

Bancos, Financieras y Accionistas:
Pagos a Proveedores de Capital
La empresa pagó por concepto de proveedores de capital $24.260 millones, distribuidos en pago a los accionistas propietarios de la empresa por $19.669 millones y gastos financieros incurridos durante el año 2008.

Gobierno: Pagos e Impuestos
Durante 2008, las operaciones de Sodimac pagaron al estado un total de $6.731 millones por concepto de diferentes impuestos. Este año el Impuesto al Valor Agregado IVA, experimentó un descenso en comparación el ejercicio anterior, el cual ascendió a los $15.614 millones.

Comunidad: Aportes e Inversiones
Las inversiones realizadas por Sodimac en diferentes proyectos durante 2008, y que impactaron positivamente en la comunidad, ascendieron a $912.439 millones de los cuales $222.836 millones fueron pagados por concepto de Ley de Donaciones. Al mismo tiempo $689.603 millones se invirtieron en los diferentes programas como son Becas Círculo Especialistas de Sodimac (CES); talleres “Hágalo Usted Mismo”; el Plan Buen Vecino-Sodimac en Acción; aportes para el desarrollo cultural de nuestros trabajadores y la restauración del Puente García Huidobro (Teatro del Puente), entre otros.

Asistencia Financiera recibida por Sodimac
Sodimac invierte el total de su franquicia Sence en capacitación. Durante el año 2008 utilizó $729 millones de su franquicia SENCE para beneficiar y apoyar a sus trabajadores en ámbitos de formación y capacitación. Este monto fue un 14,3% superior al utilizado el año anterior. Esto demuestra la importancia que otorga la compañía a generar espacios de crecimiento de competencias profesionales para sus trabajadores.

Uno de sus proyectos emblemáticos en este ámbito es la “Escuela de Excelencia Sodimac” cuyo doble objetivo es promover la igualdad de posibilidades en el desarrollo de carreras acordes a los méritos personales y laborales de cada trabajador; y por otro lado, entregar las herramientas necesarias para su desarrollo como profesionales de manera que puedan brindar el mejor servicio a nuestros clientes.

Impactos Económicos Indirectos

Las operaciones de toda empresa generan impactos directos e indirectos en sus diferentes Públicos de Interés.

En Sodimac estos alcances específicos son difíciles de determinar con precisión. Sin embargo, de acuerdo a nuestros compromisos declarados en el primer reporte, hemos realizado los esfuerzos para incorporar datos cuantitativos en cada uno de estos impactos.

Mayor Accesibilidad de Productos

El desarrollo del giro de la empresa ha hecho accesible para un amplio sector de la población, en todas las regiones del país, productos que antes le eran inalcanzables. Ello contribuye a una mejora en sus condiciones de habitabilidad y calidad de vida. Por ejemplo, las ampletas de Eficiencia Energética, permiten una reducción entre un 8% y 10% en la cuenta eléctrica de los hogares chilenos.

Mejoramiento de Proveedores
Buscamos mejorar la calidad y seguridad de nuestros productos lo que también ha incrementado el emprendimiento y elevado la competitividad y sostenibilidad de nuestros proveedores.

Desarrollamos el 1er Curso de Producción Responsable para Proveedores de Retail - 2008, donde 23 Proveedores realizaron exitosamente el curso.

CURSO DE PRODUCCIÓN RESPONSABLE 2008

43 PROVEEDORES INVITADOS
23 PROVEEDORES INSCRITOS Y GRADUADOS

Capacitación de Trabajadores
Centramos nuestros esfuerzos en el desarrollo de las capacidades y potencialidades de nuestros trabajadores para un mejor desempeño actual pero también para su futura empleabilidad. Aumentamos las horas de capacitación de 579.099 horas el 2007 a 606.766 horas en el 2008.

CAPACITACIÓN DE TRABAJADORES

	2007	2008
Horas Totales Capacitación Sodimac	579.099	606.766
Horas Capacitación Sence	176.786	186.311
Nº Trabajadores Totales Capacitados	17.368	18.731
Nº Trabajadores Sence Capacitados	15.320	16.117

Fuente: Sodimac

Programas de Capacitación y Autoconstrucción
Sodimac ha transferido conocimientos y técnicas de autoconstrucción y mejoramiento del hogar en forma masiva mediante su programa Hágalo Usted Mismo (HUM) para sectores económicamente vulnerables. Durante el 2008 se implementaron 155 talleres, 48 proyectos, en 7 comunas de la Región Metropolitana.

PROGRAMA HUM 2008

155 TALLERES
48 PROYECTOS COMUNITARIOS
7 COMUNAS

Capacitación de Maestros

Becas dirigidas a maestros, socios del CES, quienes no cuentan con una formación sistemática de su oficio, entregándoles herramientas para potenciar su capacidad de emprendimiento y el desarrollo de su trabajo. El año 2007 se capacitó a 1300 maestros; año 2008 se capacitó 1200.

CÍRCULO ESPECIALISTAS SODIMAC (CES)

	2007	2008
Socios	102.232	148.652
Becas	1300	1200

Fuente: Sodimac

Beneficio para Vecinos

Mediante el programa Buenos Vecinos y Sodimac en Acción, hemos apoyado diversos proyectos de impacto social por parte de las tiendas y sus trabajadores. El año 2007 se implementaron 19 proyectos en las que participaron 20 tiendas, y el 2008 participaron 46 tiendas en las que se implementaron 41 proyectos, incluidas las Oficinas de Apoyo y Centros de Distribución, en diversas comunas del país donde tenemos presencia como empresa.

PLAN BUEN VECINO – SODIMAC EN ACCIÓN

	2007	2008
Nº Proyectos	19	41
Tiendas Participantes	20	46

Fuente: Sodimac

Gobierno Corporativo y Ética en Sodimac

GRI
4.1
4.2
4.3
4.4
4.5
4.6
4.7
4.8
4.9
4.10
4.11
4.13
SO2
SO3
SO4
SO5
SO6
HR3
HR4
HR6
HR7
HR8

Gobierno Corporativo

De pié, de izquierda a derecha: Carlos Heller Solari, Empresario. Alfredo Moreno Charme, Ingeniero Civil Industrial. Juan Carlos Cortés Solari, Ingeniero Comercial. Carlo Solari Donaggio, Ingeniero Civil Industrial. Sentados, de izquierda a derecha: José Luis del Río Goudie, Ingeniero Civil Industrial. Juan Cúneo Solari, Ingeniero Comercial. Juan Pablo del Río Goudie, Arquitecto. Cecilia Karlezi Solari, Empresaria. Nicolás Majluf Sapag, Ingeniero Civil Industrial

Sodimac tiene un gobierno y dirección compuesto por: un Directorio que establece los lineamientos generales, vela por su cumplimiento y responde frente a los accionistas, un Comité Ejecutivo Corporativo a cargo de la expansión y vigilancia del negocio a nivel regional y un Comité Ejecutivo Chile, que controla y gestiona el desarrollo de la empresa en nuestro país.

Directorio

Es el máximo órgano ejecutivo de la empresa. Está constituido por nueve destacados profesionales y emprendedores nombrados por los Accionistas.

Procedimientos y Regulaciones del Directorio

El Presidente y demás integrantes del Directorio no poseen cargos ejecutivos en la empresa. Los mecanismos de comunicación para hacer llegar indicaciones o propuestas se encuentran regulados por la ley de sociedades anónimas.

En materia de beneficios y retribuciones, cada uno de los Directores está afecto a una dieta mensual fijada por la Junta de Accionistas, que para el año 2008 correspondió a 20UF. Esta asignación es informada a la Superintendencia y se encuentra disponible en su página web de manera transparente.

Sodimac cuenta con procedimientos claros y preestablecidos que regulan las actuaciones y atribuciones del máximo órgano de gobierno.

La Junta de Accionistas 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 para guiar la estrategia de crecimiento de Sodimac.

El Directorio supervisa el desempeño y gestión en los ámbitos económicos, sociales y ambientales en la compañía, a través de los reportes entregados en forma regular por el Gerente General y los máximos ejecutivos en cada sesión del organismo.

N
S

ORGANIGRAMA

Comité Ejecutivo Corporativo

La política de expansión e internacionalización de Sodimac, ha hecho necesario contar con una estructura ágil y eficiente en la dirección del negocio en todos los países en los cuales tenemos presencia.

Su misión es lograr un crecimiento balanceado con buenas prácticas, usando las sinergias de una operación a escala internacional, respetando la cultura y las especificidades propias de cada país.

Del Gerente General Corporativo, Sandro Solari, dependen los Gerentes Generales de Sodimac Colombia, Sodimac Perú, Sodimac Argentina y Sodimac Chile.

Comité Ejecutivo Sodimac Chile

Es la instancia encargada de dirigir el desempeño global de Sodimac en Chile, siendo liderada por su Gerente General, Eduardo Mizón F.

Remuneraciones de los Principales Ejecutivos

La plana gerencial de Sodimac compuesta por gerentes de comité ejecutivo, gerentes y subgerentes de área y gerentes de negocios, percibieron durante el año 2008 un total de remuneraciones e incentivos de M$ 7.973.501 y en el año 2007 la cifra fue de M$ 7.236.531.

En lo que respecta a las indemnizaciones pagadas a los ejecutivos durante el año 2008 la cifra ascendió a M$ 67.082 y M$ 97.964 para el ejercicio 2007.

De pie, de izquierda a derecha: Alejandro Hörmann Orezzoli, Gerente de Comunicaciones; Alejandro Inzunza Ulloa, Gerente de Planificación y Desarrollo; Daniel Lazo Varas, Gerente de Finanzas; y Nicolás Cerda Moreno, Contralor General.
Sentados, de izquierda a derecha: Rubén Escudero Pinto, Gerente de Logística y Sistemas; Eduardo Isaacson P., Gerente de Proyectos; Sandro Solari Donaggio, Gerente General Corporativo; y Francisco Torres Larraín, Gerente Comercial y Marketing.

De pie, de izquierda a derecha: Juan Carlos Corvalán, Gerente de Asuntos Legales y Responsabilidad Social; Sergio Dittborn, Gerente de Recursos Humanos; Francisco Errázuriz, Gerente de Logística; Osvaldo García, Gerente de Operaciones; María Teresa Herrera, Gerente de Marketing; y Sergio Migliorini, Gerente de Prevención y Pérdida.
Sentados, de izquierda a derecha: Fernando Valenzuela, Gerente de Finanzas; Felipe Pesce, Gerente de Comercial; Claudia Castro, Gerente de Planificación Estratégica; Eduardo Mizón, Gerente General; y Octavio Donoso, Gerente de Sistemas.

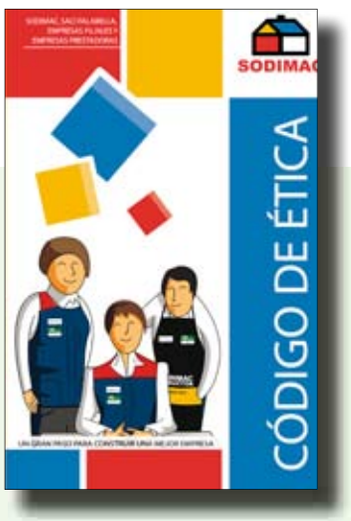
Ética en Sodimac

Sodimac da especial importancia al cumplimiento de los derechos civiles, laborales y políticos de las personas y procura desenvolverse en forma permanente regido por altos parámetros éticos en el desarrollo de su negocio.

Entendemos que la sostenibilidad significa también instalar y fortalecer los mecanismos que salvaguarden los valores y principios éticos; el respeto a los derechos humanos en toda su expresión, así como el rechazo a las prácticas de corrupción.

En Sodimac no tenemos prácticas, denuncias ni condenas de trabajo infantil, trabajo forzado, ni prácticas de discriminación por origen, género, edad, minusvalía física u otra situación de minoría.

Promovemos el respeto de estos principios entre nuestros trabajadores, proveedores y clientes a través de instrumentos específicos en nuestras negociaciones y la capacitación de nuestros trabajadores.



Nuestro Código de Ética consagra claramente los derechos resguardados y las obligaciones que deben ser observadas por cada uno de los miembros de esta compañía, independientemente del nivel en que se desempeñe.

Más información en www.sodimac.cl/NE/rse.html

Las Normas que nos rigen

Nuestra empresa cuenta con una normativa interna, Código de Ética y un Reglamento de Orden Higiene y Seguridad, tanto para personal interno como externo, que contienen los principios de Conducta Ética, Derechos y Obligaciones, Confidencialidad, Seguridad Laboral, Probidad, Relaciones con las Autoridades y con la Comunidad, entre otros.

Transparencia Comercial Sodimac

Tenemos como fin declarado que las relaciones comerciales entre Sodimac y sus Proveedores se desarrollen en un marco de ética y transparencia. Reunimos estos principios en un instrumento público que denominamos Transparencia Comercial Sodimac (TCS).

En este documento se define a la Contraloría de Sodimac, como la entidad interna de la compañía para garantizar el cumplimiento de este marco regulatorio.

Prevención de la Corrupción

Anualmente, la Gerencia de Contraloría desarrolla un Plan de Auditoria, que considera todos los riesgos del negocio priorizando aquellos procesos con más vulnerabilidad. Los resultados son entregados a la alta dirección a través de un informe con conclusiones y recomendaciones para cada caso.

Las áreas analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción fueron 63,5% en 2007 y 100% en 2008, considerando tiendas, bodegas, filiales y oficina de apoyo.

Otra herramienta para combatir actos de corrupción, acoso sexual y toda práctica reñida con los valores de la empresa, son los canales de comunicación de Sodimac, a través de los cuales se reciben las denuncias de trabajadores, clientes, proveedores y sindicatos.

Sodimac imparte procesos de entrenamiento para aquellos trabajadores cuyo desempeño se realiza en las áreas más sensibles a riesgos de corrupción, entregando pautas, procedimientos y normativas éticas para el desarrollo de sus funciones. En 2007, estas capacitaciones alcanzaron un 10,9% y en 2008 un 11,8% de acuerdo al total de la dotación.

El 100% de los nuevos integrantes de la empresa, recibe de su jefatura directa el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad y el Código de Ética; éste último, contiene una declaración que debe ser firmada por el trabajador acreditando su total conocimiento y cumplimiento de las normas.

Medidas para Enfrentar la Corrupción

Durante el 2008, la Gerencia de Contraloría incorporó un sistema computacional denominado "Panel de Control Remoto", cuyo objetivo es detectar tempranamente cualquier desviación relacionada con procedimientos contables y financieros preestablecidos. Este programa, permite realizar un análisis de la situación y tomar las medidas correctivas.

Este software construye las alertas sobre la base de información obtenida desde diferentes plataformas sistémicas. Éstas, levantan el 100% de las transacciones desde las bases de datos disponibles para las áreas de Cajas y Existencia de las tiendas.

Dentro de las medidas más usadas frente a incidentes de corrupción detectados en Sodimac, se encuentran los inventarios generales, selectivos y diarios. En los casos extremos de apropiación indebida, las medidas pueden llegar al despido ejemplarizador y sin derecho a juicio.

CURSOS DE ENTRENAMIENTO	2007	2008
	Nº empleados	Nº empleados
Capacitación DLT / DLG *	253	301
Prevención y pérdidas	475	462
Seguridad externa	900	1.160
Auditoría interna	16	16
Sub total	1.644	1.939
Total Compañía	**15.000**	**16.378**

* DTL: Curso de Desarrollo de Líderes de Tiendas.
DLG: Curso de Desarrollo de Líderazgo Gerencial

Fuente: Sodimac

ÁREAS AUDITADAS	2007	2008
Tiendas	61	64
Bodegas	17	23
Filiales *	6	3
Oficinas de Apoyo	127	128
Total	**211**	**218**

* Empresas en Sociedad Relacionada con Sodimac

Fuente: Sodimac

PANEL PARA ENFRENTAR LA CORRUPCIÓN

ACCIONES EMPRENDIDAS

Fuente: Sodimac

FLUJO PROGRAMA PROBIDAD CORPORATIVA SODIMAC

Programa Probidad Corporativa Sodimac

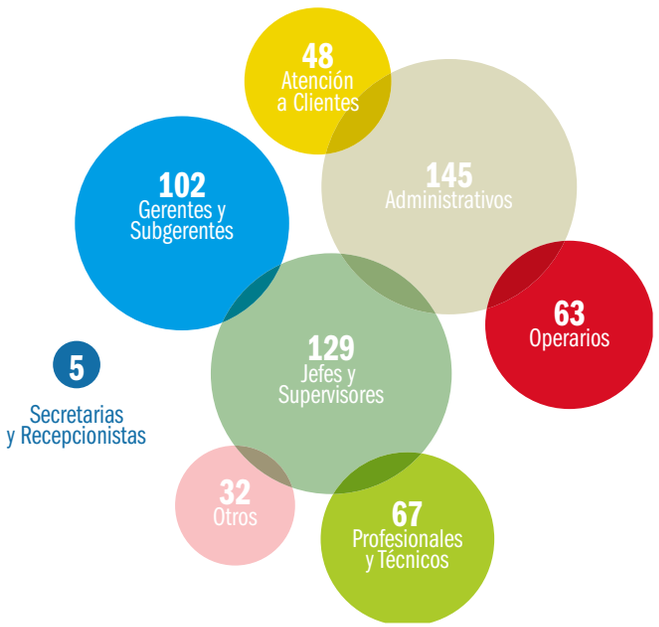
En Sodimac estamos convencidos que la sostenibilidad de nuestra empresa pasa por instalar y fortalecer los mecanismos que fortalezcan la ética y la probidad.

Es por esto que las Gerencias de Contraloría, Responsabilidad Social y Recursos Humanos están desarrollando en conjunto con ChileTransparente y la Universidad Alberto Hurtado, organismos líderes en Sistemas de Gestión de Ética Empresarial, el Programa de Probidad Corporativa.

Este programa permitirá a toda la organización mejorar los procedimientos y sistemas que apunten a fortalecer la gestión de Ética, Reputación y Sostenibilidad en el largo plazo.

En diciembre de 2008 concluyó el primer proceso de diagnóstico en el que, a través de una muestra aleatoria realizada a lo largo del país, se aplicó una encuesta de Integridad Corporativa, realizada por la Universidad Alberto Hurtado y ChileTransparente, en la cual participaron casi 600 trabajadores y ejecutivos de la compañía.

ENCUESTA DIAGNÓSTICO INTEGRIDAD CORPORATIVA
Encuestas contestadas según Cargo



Fuente: Universidad Alberto Hurtado – Chiletransparente

Nuestros Trabajadores

Relaciones Laborales

Atrás de izquierda a derecha: Sergio Dittborn, Gerente de Recursos Humanos; Eduardo Mizón, Gerente General Sodimac Chile; Juan Pablo del Río, Presidente del Directorio Sodimac y Sandro Solari, Gerente General Corporativo.

Adelante: María Angélica Follert, Subgerente de Recursos Humanos; Pamela Martínez, Presidente Sindicato Sodimac y José Luis Ortega, Presidente Sindicato Homecenter.

Premio Carlos Vial Espantoso:

Una recompensa al trabajo en equipo

Los resultados que exhibe Sodimac, lo que hoy somos, se debe en gran medida al capital humano que hace posible nuestra casa y que día a día se desempeña sobre la base de la filosofía del trabajo en equipo, el respeto y la excelencia.

Estos atributos fueron reconocidos e hicieron a Sodimac merecedora del Premio Carlos Vial Espantoso 2008, que entrega cada año la fundación del mismo nombre para distinguir a las empresas que construyen relaciones laborales de confianza, que valoran el aporte de las personas en sus resultados y que se atreven a desarrollar iniciativas innovadoras de mutua colaboración.

SODIMAC
CONSTRUCTOR
www.sodimac.com

Relaciones Laborales

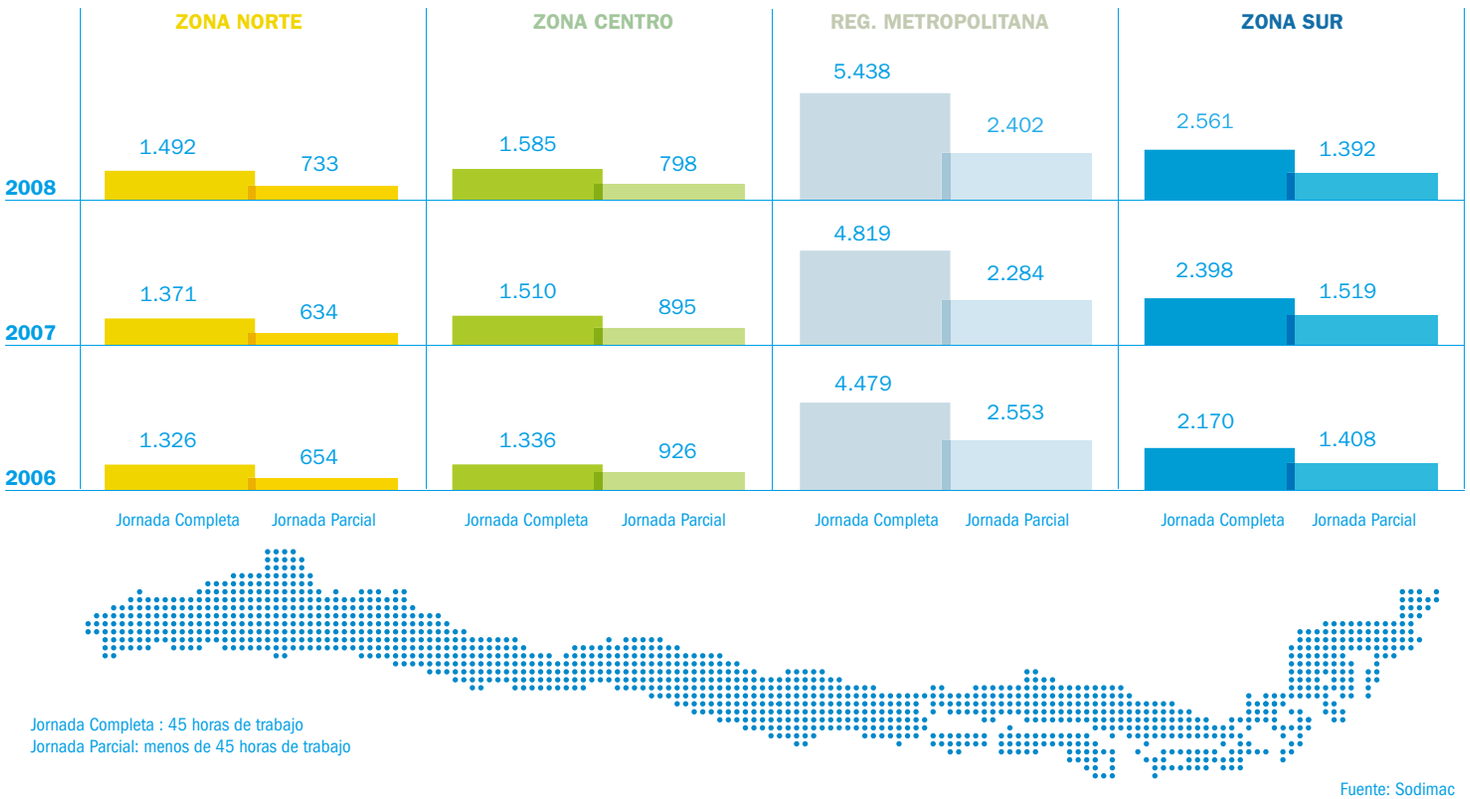
En Sodimac nos hemos caracterizado por fomentar la capacitación y el desarrollo profesional de nuestros trabajadores.

Hemos declarado que más que simples vendedores queremos formar trabajadores íntegros, que interactúen con los clientes, que los entiendan, que detecten sus necesidades y que contribuyan al desarrollo del negocio, es decir: “Profesionales del Retail”.

Procuramos mantener relaciones sanas y constructivas con nuestros sindicatos; realizamos mediciones sistemáticas del clima laboral orientando sus resultados en acciones concretas de mejoría; implementamos una sólida política de Capacitación, Comunicación, Prevención y Bienestar.

Estamos presentes en todas las regiones de Chile y damos trabajo a más de 16 mil personas en todo el país. Nos esforzamos por entregar remuneraciones y beneficios igualitarios entre nuestros trabajadores.

DOTACIÓN DE TRABAJADORES SODIMAC JORNADA PARCIAL Y COMPLETA



Jornada Completa : 45 horas de trabajo
Jornada Parcial: menos de 45 horas de trabajo

Fuente: Sodimac

COMPARACIÓN SALARIO MÍNIMO PAÍS VS SODIMAC
Sueldos Brutos
Salario inicial de Sodimac considera gratificación

Año 2006
Salario Mínimo País
$ 135000
$ 204.968
Salario Inicial Sodimac

Año 2007
Salario Mínimo País
$ 144.000
$ 216.149
Salario Inicial Sodimac

Año 2008
Salario Mínimo País
$ 159.000
$ 228.585
Salario Inicial Sodimac

Tasa de Rotación Promedio Mensual

La tasa de rotación promedio mensual de Sodimac al año 2008 fue de 2,9%, logrando una disminución del 2% con respecto al año anterior. Esto resulta relevante en un sector caracterizado por una alta exigencia y alta movilidad laboral, especialmente entre los trabajadores menores de 30 años.

Remuneración Inicial en Sodimac

La política salarial de Sodimac ofrece a sus trabajadores una renta de ingreso de entrada a la compañía por sobre el Ingreso Mínimo Legal establecido a nivel país. En 2008 la relación entre ambos ingresos fue de 1,44%.

ROTACIÓN DE TRABAJADORES SODIMAC JORNADA PARCIAL Y COMPLETA

Mujer Hombre

Edad	menos de 30 años	entre 30 y 50 años	más de 50 años	Total por Género	Total año
2008	3,2% / 5,0%	1,1% / 1,3%	0,8% / 0,9%	2,1% / 3,3%	2,9%
2007	3,2% / 5,2%	1,2% / 1,5%	1,0% / 1,0%	2,2% / 3,6%	3,1%
2006	4,1% / 5,3%	1,5% / 1,7%	1,8% / 1,7%	2,9% / 3,8%	3,5%

Rotación: {(Ingresos + Salidas) / 2) / 12} / Dotación Promedio
La Tasa de Rotación Promedio Mensual de Sodimac durante el 2008 es de 2,9%. Se consideran todas las causales de Incorporaciónes y Despidos

Fuente: Sodimac

Subcontratación en Sodimac

Sodimac creó en 2006 una Unidad destinada exclusivamente a diseñar e implementar políticas adecuadas y el cumplimiento de la normativa legal relacionada con sus trabajadores externos. Por su intermedio nos preocupamos de su bienestar, ejerciendo un control y fiscalización proactivo sobre las empresas externas, pero además brindando acceso al uso de las instalaciones y los servicios internos como son el casino, baños, duchas y lockers, entre otros.

En 2008 se confeccionó y entregó el Manual de Subcontratación para todas las empresas externas que prestan servicio al interior de la compañía. Este Manual trata de materias puntuales y útiles para comprender cabalmente algunas funciones y ejercicios como:

- Teoría y Concepto de la Subcontratación
- Casos prácticos para el aprendizaje de las operaciones de trabajadores subcontratados en Sodimac

La Unidad de Subcontratación ha tomado conocimiento de casos y situaciones anómalas, procediendo a la superación de ciertas prácticas irregulares en toda la empresa. Nos preocupamos de dar una solución que nos permitiera formalizar y entregar un servicio de acuerdo a la calidad y seguridad exigidas por la compañía.

En cuanto a cifras, podemos decir que tenemos alrededor de 490 empresas y un universo cercano a los 3500 trabajadores externos.

Durante 2008, las revisiones realizadas por la autoridad en materia de subcontratación, alcanzaron las 18 fiscalizaciones con cero multa, en comparación a las 20 fiscalizaciones de 2007 con 4 multas cursadas; una de ellas reclamada con resultado favorable para la empresa.

TRABAJADORES SUBCONTRATADOS		
Año	2007	2008
Nº Empresas Externas	340	490
Nº Trabajadores	3.350	3.500

Fuente: Sodimac

FISCALIZACIONES – MULTAS		
Año	2007	2008
Nº Fiscalizaciones	20	18
Nº Multas	4	0

Fuente: Sodimac

Desarrollo y Bienestar Integral

Sodimac, a través de su Departamento de Bienestar ha impulsado y gestionado una serie de programas e iniciativas que incorporan al trabajador y a su familia.

Programa Cuidémonos para estar Bien

Política de Alcohol y otras Drogas

Reconocemos que el abuso y dependencia del alcohol y otras drogas conforman un problema de salud presente en el mundo laboral moderno, frente al cual algunos de nuestros trabajadores pueden encontrarse potencialmente vulnerables.

Este problema de salud podría generar:

- Daños en el bienestar síquico y físico de nuestros trabajadores.
- Repercusión negativa en su calidad de vida y la de su familia.
- Impactos no deseados en su desempeño laboral.

Es importante destacar que esta política de Prevención y Asistencia del Uso Problemático de Alcohol y otras Drogas, se basa en la no discriminación, igualdad para todos sus trabajadores, sin exclusión de cargo y respetando la libertad de las personas. En ella se han establecido tres ámbitos de acción que son:

- **Ámbito Preventivo**
- **Ámbito Asistencial**
- **Ámbito de Regulación Normativa**

Entendemos que esta problemática no puede ser enfrentada exclusivamente con medidas disciplinarias, por esto se ha creado el programa Cuidémonos para estar Bien, que pone énfasis en el ámbito preventivo y asistencial. A través de esta política, nos comprometemos a brindar una oportuna acogida de los trabajadores y familiares que lo requieran, asegurando y resguardando la confidencialidad, el respeto por las personas y su dignidad.

Para ello, y a través de nuestra red de asistentes sociales, orientamos y derivamos hacia una atención especializada en instituciones con las que hemos desarrollado alianzas y precios preferenciales para trabajadores y familias. Además, apoyamos económicamente hasta con un 80% de los costos que pudiera involucrar el tratamiento.

Durante el año 2008, se derivan 8 casos de trabajadores a instituciones en convenio. De éstos, 3 personas no continuaron su atención. A la fecha de cierre de este reporte, 5 personas continúan en tratamiento.

A fines de este mismo año, se establece una alianza con el Consejo Nacional para el Control de Estupefacientes (CONACE) para abordar temas preventivos, de sensibilización y establecer un compromiso de colaboración.

FLUJO DE ATENCIÓN:
PROGRAMA CUIDÉMONOS PARA ESTAR BIEN

Queremos fortalecer la vida saludable, la orientación social, la sensibilización y difusión de convenios y beneficios; la recreación y capacitación en diferentes temáticas sociales. Con ello, apuntamos a un objetivo superior que es mejorar su calidad de vida.

Encuesta: Trabajar con Calidad de Vida

Feria de Beneficios en Tiendas

En conjunto con CONACE, y con el objetivo de conocer las percepciones y diagnosticar los posibles riesgos de los trabajadores en el consumo de diversos tipos de drogas, se aplicó la encuesta "Trabajar con Calidad de Vida".

Esta encuesta se aplicó en 40 tiendas a lo largo del país. En Santiago, participaron 20 tiendas en las cuales se encuestó a más de 1.700 trabajadores, logrando un 26% de respuesta del 20% exigido originalmente por CONACE.

ENCUESTA CONACE REGIÓN METROPOLITANA 2008		
Tiendas RM	Nº de encuestas aplicadas	% logro
20	1764	26

Fuente: Sodimac

Bienestar y Red de Asistentes Sociales

Con el objetivo de acercar la orientación y asistencia hacia nuestros trabajadores, la gerencia de Recursos Humanos a solicitud de ambos sindicatos, decide constituir una red de asistentes sociales dependientes del Departamento de Bienestar. A fines de 2008, logramos generar una red de 29 profesionales que proporcionan una cobertura en 58 Tiendas, Bodegas y Oficinas.

Su labor está enfocada principalmente en:

- Atención y orientación social a los trabajadores: otorgando asesoría en los ámbitos de salud, vivienda, beneficios y derivaciones a la red de apoyo.
- Difusión de Beneficios: manteniendo al trabajador al día en cuanto a los convenios y beneficios tanto institucionales como gubernamentales.
- Calidad de Vida: promueve y concreta la realización de actividades y proyectos que mejoren la calidad de vida de los trabajadores y su grupo familiar. Realiza capacitaciones en las distintas temáticas sociales, como son: subsidios habitacionales, reforma previsional, control y manejo del estrés, entre otros.

> RECUADRO

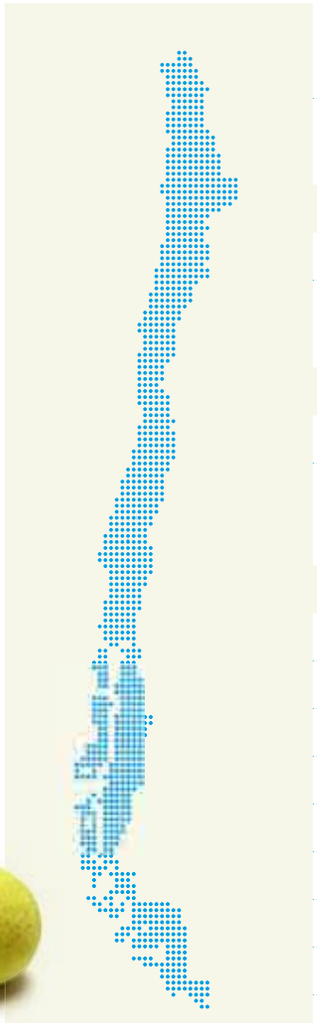
Actividades Destacadas en 2008

- Dos Tiendas acreditadas por el Ministerio de Salud (Minsal) como "Lugar de Trabajo Saludable".
- Firmas de acuerdos de colaboración con Conace.
- Ferias de Beneficios
- Operativos de Salud (oftalmológicos y medicina preventiva)
- Capacitaciones y talleres en: vivienda, reforma previsional, sobreendeudamiento, salud, manejo del estrés y maternidad, entre otros.

Sodimac se la juega por el Deporte

Durante 2008, hemos cumplido con la promesa de extender nuestro Programa Deportivo a todas las tiendas del país, de manera que los trabajadores que viven en diferentes lugares de Chile, puedan participar en las actividades que se realizan en cada una de las Regiones.

Teniendo en perspectiva el fuerte impacto que las actividades deportivas tienen en la salud física y mental de nuestros trabajadores, Sodimac ha continuado desarrollando en 2008 su Programa Deportivo Anual que, en esta oportunidad, incluyó disciplinas como: tenis, futbolito, tenis de mesa y volleyball, entre otros, donde participaron más de 2 mil trabajadores, generando un 53% más de convocatoria que el año 2007.



REGIÓN	II,V,VI,VIII	PARTICIPANTES
Actividad	Campeonato de Bowling	232

REGIÓN	I,II,III,IV,V,VI,VII,VIII,IX,X,XI,XII Y RM	PARTICIPANTES
Actividad	Campeonato de Futbolito Damas	587

REGIÓN	I,II,III,IV,V,VI,VII,VIII,IX,X,XI,XII Y RM	PARTICIPANTES
Actividad	Campeonato de Futbolito Varones	830

REGIÓN	REGIÓN METROPOLITANA	PARTICIPANTES
Actividad	Campeonato de Tenis individual Región Metropolitana	64
Actividad	Campeonato de Tenis de Mesa Mixto Región Metropolitana	50
Actividad	Campeonato de Tenis Varones Región Metropolitana (Doble Mixto)	18
Actividad	Campeonato de Tenis Varones Región Metropolitana (Doble varones)	48
Actividad	Curso de Tenis Región Metropolitana	18
Actividad	Curso de Volleyball Región Metropolitana	24
Actividad	Vacaciones Deportivas Verano-Invierno (Niños)	160
	TOTAL	2.031

Fuente: Sodimac

INICIATIVAS DEPORTIVAS

2.031

Trabajadores participantes 2008

Ganadores del Campeonato Futbolito Damas y Varones Región Metropolitana

Sodimac se une a la Cultura

Como una forma de aportar al desarrollo integral de nuestros trabajadores, Sodimac continúa, por cuarto año consecutivo, desarrollando un extenso programa cultural que es seguido con gran entusiasmo por los trabajadores y sus familias.

Para concretar este programa, Sodimac tiene alianzas con entidades como el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, apoyando las actividades en distintas regiones del país. En la misma línea, mantenemos convenio con el Centro de Extensión de la Universidad Católica y el Centro de Extensión Artística y Cultural de la Universidad de Chile.

El gran nivel de las obras, exposiciones y espectáculos en las diferentes disciplinas artísticas ha permitido, durante 2008, contar con la presencia de más de 11 mil trabajadores y sus familias en las diferentes regiones del país.

El baile también ha sido parte del Programa Cultural, incorporando cursos para que los trabajadores puedan aprender distintos bailes como salsa, merengue y rock and roll.

REGIÓN	TIENDA	ACTIVIDAD	PARTICIPANTES
I Región	Hc Iquique	Concierto Orquesta de Cámara Consejo Nacional de la Cultura y las Artes	250
II Región	Hc Antogasta	Concierto Orquesta de Cámara Consejo Nacional de la Cultura y las Artes	400
	Co Antofagasta		
	Bodega y Use		
V Región	Hc Viña del Mar	Día Internacional de la Danza Teatro Municipal de Valparaíso	100
	Co Valparaíso		
	Co Reñaca		
RM	Tiendas de Santiago, Oficinas de Apoyo y Bodegas	Exposiciones de artes visuales	5.600
		Día Internacional de la Danza	546
		Obra “Paris Santiago” Ballet Nacional Chileno	196
		Ballet “Comedia” Ballet Nacional Chileno	198
		Obra teatro “El Mercader de Venecia”	197
		Orquesta de Cámara Teatro Municipal de Stgo.	235
		Obra “Carta Blanca” Ballet Nacional Chileno	195
		Ballet “Carmen” Teatro Municipal de Stgo.	196
		Concierto “Cuatro Estaciones” Orquesta Sinfónica de Chile	198
		Ballet “Veri Réquiem” Ballet del Teatro Nacional	198
		Día del Niño obra “El caldero mágico”	820
		Concuros Pintura Infantil	170
VII Región	Hc Curicó	Obra de teatro “El último heredero”	400
	Hc Talca		
	Hc Linares		
X Región	Hc Puerto Montt	Presentación Ballet Folclórico Nacional (BAFONA)	620
	Co Castro		
	30 Tiendas Regionales	Curso “Rock and Roll”	253
		Curso “Salsa y Merengue”	515
		TOTAL	11.287

Co: Sodimac Constructor. Hc: Homecenter Sodimac

Fuente: Sodimac

INICIATIVAS CULTURALES

11.287

Trabajadores y Familias participantes 2008

Ballet Folclórico NAcional, BAFONA, en una gala realizada en Puerto Montt

Salud Integral en Sodimac

Entendemos que la salud es fundamental para velar por la integridad física y bienestar de todos nuestros trabajadores. Con este sistema buscamos, no sólo generar mejoras operacionales y de resultados, sino que además, reducir el ausentismos en el trabajo.

Complementario de Salud – Sermecoop

La empresa cuenta con un convenio colectivo de salud acordado en conjunto con los sindicatos y que permite mejorar sustancialmente las prestaciones que otorgan las Isapres y FONASA.

En esta línea, hemos generado una alianza con Sermecoop, institución que permite ampliar coberturas y obtener reembolsos de gastos médicos efectuados por nuestros trabajadores. Sermecoop trabaja en una línea basada en el concepto de la solidaridad, permitiendo incluso el ingreso de trabajadores o cargas que presenten alguna preexistencia; no pide un mínimo de renta y está abierta a todos los trabajadores. En la actualidad tenemos un 95% de los trabajadores afiliados a este seguro y su incorporación se realiza automáticamente al momento de ingresar a la empresa.

El costo del aporte mensual es del 3% de la remuneración imponible percibida y se financia en forma conjunta entre la empresa y el trabajador. Durante 2008, hicieron uso de esta cobertura 10.419 trabajadores y 5.425 cargas legales.

Podemos apreciar que los trabajadores de Sodimac recibieron beneficios adicionales por más de $ 8 mil millones que rebajaron ostensiblemente sus gastos en salud.

Por otra parte, la empresa cuenta con un Plan Catastrófico, de incorporación automática al momento de ingresar a la empresa, destinado a cubrir gastos médicos relacionados con ciertas enfermedades catastróficas de alto costo. Su financiamiento es bipartito entre empresa y trabajador.

COSTOS Y BENEFICIOS DE PRESTACIONES MÉDICAS (MM$)

Año	Bonificación Isapre – FONASA	Co-Pago *	Beneficio Sermecoop	Costo Final Socio	Total Prestaciones
2007	7.228	11.211	6.091	5.120	18.439
2008	7.562	14.375	8.294	6.082	21.937

* Pago realizado sin incluir Beneficio Sermecoop

Fuente: Sodimac

Anualmente, la empresa promueve actividades de salud preventiva y educativa. Para esto, organiza Campañas de Salud a nivel nacional coordinadas por el Departamento de Bienestar y apoyadas por Sermecoop. Entre estas campañas realizadas en 2008, podemos destacar:

Vacunación contra la influenza

1.865
TRABAJADORES BENEFICIADOS

$3.612.800
APORTE SERMECOOP

Línea de Crédito Familiar Dental

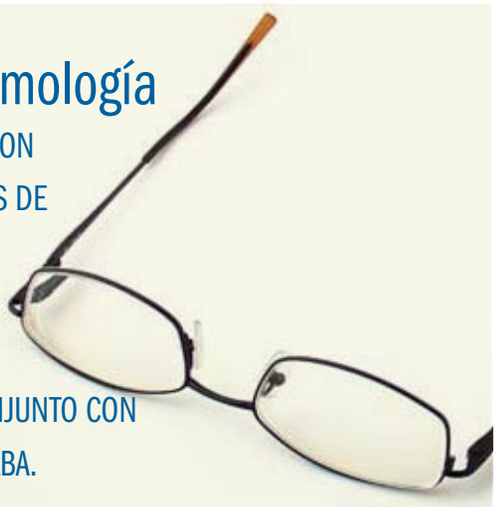
FINANCIA POSIBLES EMERGENCIAS DENTALES

56
TRABAJADORES BENEFICIAADOS

$3.769.693
CRÉDITO TOTAL

Campañas de Oftalmología

OPERATIVOS OFTALMOLÓGICOS CON FINANCIAMIENTO EN LOS COSTOS DE LENTES ÓPTICOS. DICHOS OPERATIVOS SE REALIZARON EN 9 TIENDAS SODIMAC DE LA REGIÓN METROPOLITANA EN CONJUNTO CON ÓPTICAS PLACE VENDOME Y EL ALBA.



Campaña de Salud Bucal

50% a 70%

COBERTURA DENTAL CON UN INCREMENTO EN EL TOPE DE LAS COBERTURAS Y NUEVOS CONVENIOS CON CENTROS ESPECIALIZADOS.

Campaña Salud Bucal 2008

1.805
PRESTACIONES

$334.501.385
VALOR PRESUPUESTO

$186.458.758
MONTO BONIFICADO

Beneficios Laborales

Sodimac ha privilegiado una política de beneficios laborales sin hacer diferencias entre su personal por tipo de jornada de trabajo. De esta forma, valoramos el esfuerzo de nuestros trabajadores que contribuye al crecimiento de la compañía y a su vez, lo consideramos una herramienta que permite crecientes grados de identificación con los objetivos de la empresa.

Lo anterior, significa un evidente reconocimiento y beneficio para aquellos trabajadores que tienen contrato de jornada parcial. Lo observado regularmente en el mercado, es que existan notables diferencias entre trabajadores de distinta jornada.

Principales Beneficios de Sodimac

Para Sodimac, tal como se aprecia en el listado de Beneficios, es muy importante otorgar un gran número de ellos a nuestros trabajadores. Sin embargo, queremos destacar, especialmente aquellos que nos parecen más significativos, no sólo por los montos en dineros asignados, sino porque marcan una diferencia en los beneficios observados en el mercado (ver gráfico en página siguiente).

Planes de Pensión en Sodimac

Sodimac tiene establecido un Beneficio de Indemnización más allá de lo que determina la ley. Éste, se hace efectivo cuando el contrato individual del trabajador termina por fallecimiento o al acogerse a pensión por vejez o invalidez.

En estos casos, la empresa paga una indemnización 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. Éste beneficio tendrá un tope de 450 días de remuneración.

Apoyo a la Jubilación

Asimismo, a través del Departamento de Bienestar, se entrega al trabajador la orientación necesaria en cuanto a los pasos a seguir para la obtención de pensión, evaluando edad del trabajador, número de beneficiarios, ofertas de pensión de los distintos agentes existentes en el mercado, entre otros factores relevantes.

Biblioteca Sodimac

Creada en 2002 tiene el objetivo de acercar y brindar mayor acceso a la lectura a nuestros trabajadores y sus hijos, manteniendo más de 3.500 ejemplares de diversos temas que son complementarios a los exigidos en los colegios. Estos libros pueden ser llevados a sus hogares sin costo alguno para el trabajador.

En el año 2007 se creó en esta Biblioteca, el área temática dirigida a nuestros trabajadores e hijos estudiantes de Educación Superior, donde pueden encontrar libros de cálculo, contabilidad y marketing entre otros.

PRESTAMOS EN BIBLIOTECA BIENESTAR

Año	Hombres	Mujeres	Total
2006	1.266	1.676	2.942
2007	1.656	1.869	3.525
2008	2.122	2.115	4.237
TOTAL			**10.704**

Fuente: Sodimac

Mi Primer PC

Sodimac acogió la solicitud del Sindicato Sodimac para apoyar a los empleados de escasos recursos y con hijos en edad escolar en el acceso a equipos computacionales. Esto, a través de una postulación interna y con la posterior entrega de 200 computadores, sin costo alguno para cada trabajador.

En febrero de 2008 se entregaron 50 computadores, reacondicionados, con conexión a Internet y licencia Microsoft original. En diciembre del mismo año, postularon 540 trabajadores, de cuáles 150 resultaron favorecidos con este beneficio.

Beneficios Sodimac

Familia
- Bono y permiso por nupcialidad
- 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

Ayudas Especiales
- Préstamo de emergencia
- Préstamo de emergencia económico
- Préstamo de emergencia de salud

Reconocimientos Especiales
- Reconocimiento a la trayectoria
- Reconocimiento a la permanencia
- Reconocimiento a la Excelencia Máxima Nacional
- Indemnización por años de servicio

Sigue >

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

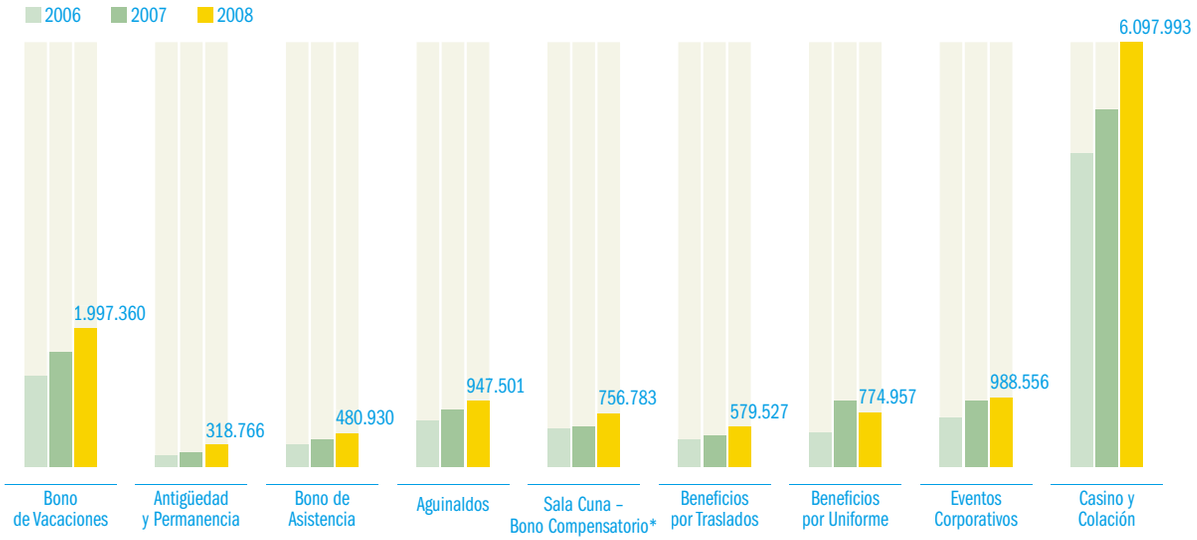
Bienestar Cerca De Ti
- Programa cuidémonos para estar bien (Política Alcohol y Otras Drogas)
- Sodimac se la juega por el deporte
- Sodimac se une a la cultura
- Sodimac en acción
- Biblioteca Bienestar
- Desarrollo de la creatividad (concursos)
- Días especiales

Recreación
- Convenios con otras empresas e instituciones

Trabajadores de Homecenter Linares

BENEFICIOS MÁS IMPORTANTES

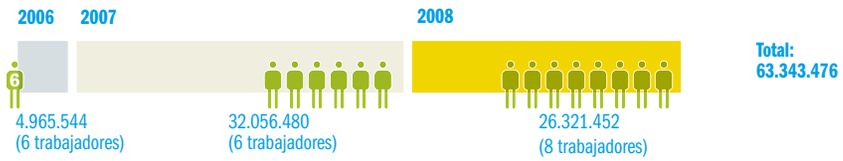
Valores acumulados a diciembre de 2008, expresados en miles de $



*Bono Compensatorio: Dinero que compensa los gastos efectuados por la madre cuando no lleva a sus hijos menor de 2 años a las Salas Cuna en convenio

Fuente: Sodimac

INDEMNIZACIONES POR FALLECIMIENTO



INDEMNIZACIONES POR PENSION *

* El 2007 no se registraron Indemizaciones por pensión

Fuente: Sodimac

Desarrollo y Capacitación

Sodimac ha declarado que el desarrollo profesional y una carrera ascendente de sus trabajadores es una de las variables claves de su gestión y políticas de recursos humanos.

Olimpíadas de Capacitación Homecenter Coquimbo

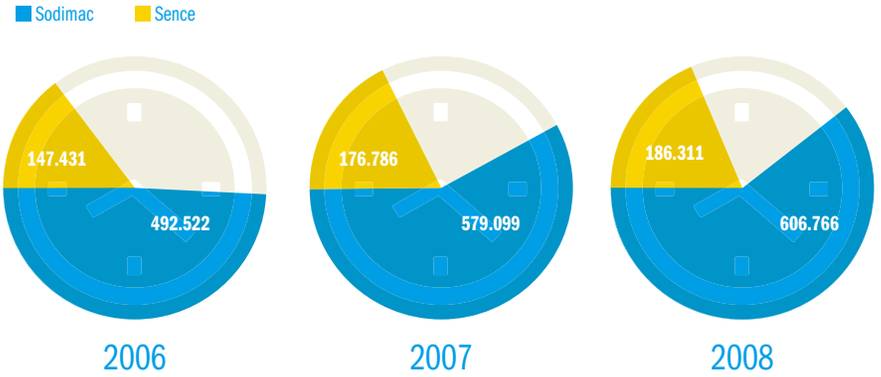
El trato, el conocimiento o el consejo que a diario brindamos a miles de personas que entran a nuestras tiendas, son en gran medida producto de procesos de capacitación y educación que hemos impartido en nuestra Escuela de Excelencia Sodimac.

Desde hace más de 10 años, nuestra empresa tiene por política invertir el 1% del total de remuneraciones imponibles, sujeto a beneficio tributario del Sence, más otro 1% adicional. En el Año 2007 esta política significó una inversión de más $ 680 millones equivalente a más de 579 mil horas totales de capacitación entregadas a sus trabajadores. En el periodo 2008 se invierte 729 millones equivalentes a 606.766 horas totales de capacitación.

En 2008, Sodimac es reconocida como una de las empresas que más invierte en capacitación a nivel nacional, además firmó un convenio con el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence) con el propósito de apoyar la empleabilidad juvenil del país.

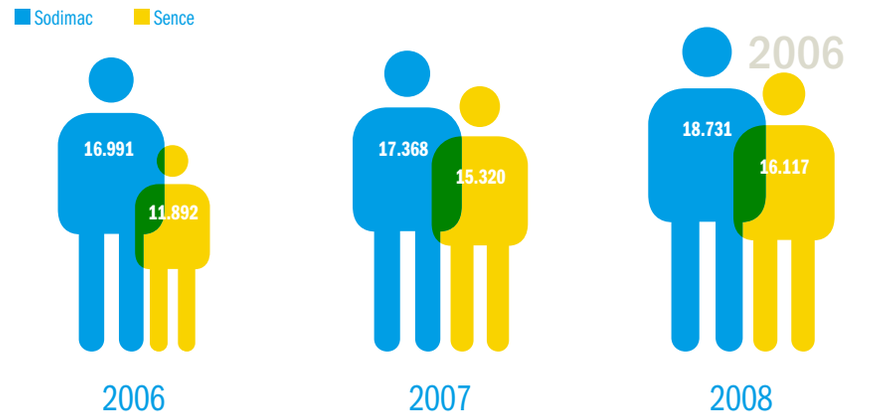
Para lograrlo, nuestra empresa se comprometió a apoyar los programas de capacitación que promueve Sence, poniendo especial énfasis en “Jóvenes al Bicentenario” y “Aprendices de Sence”; aprovechando su cobertura con 58 tiendas a lo largo de Chile.

HORAS DE CAPACITACIÓN



Fuente: Sodimac

TRABAJADORES CAPACITADOS



Fuente: Sodimac

Escuela de Excelencia Sodimac

La Escuela de Excelencia Sodimac es una OTEC creada por Sodimac para el desarrollo y capacitación de sus trabajadores. Cuenta con más de 12 años de experiencia práctica.

Gerentes de Tiendas en Programa de Desarrollo de Liderazgo Gerencial (DLG)

DLG 2008

+300
Ejecutivos participantes

3
Días de duración

24
Horas cronológicas de capacitación

Objetivos de la Escuela de Excelencia Sodimac

- Promover la igualdad de posibilidades de desarrollo de carrera, de acuerdo a los méritos personales y laborales de cada trabajador.
- Entregar las herramientas necesarias para su desarrollo como profesionales de manera que puedan brindar el mejor servicio a nuestros clientes, adquiriendo herramientas y conocimientos que les servirán de por vida.

Algunos de los resultados destacables son:

Desarrollo de Liderazgo Gerencial (DLG)

La industria del retail se ha tornado cada vez más exigente, generado una creciente necesidad en nuestros ejecutivos de contar con estrategias que les brinden ventajas competitivas. Atendiendo a estas necesidades, la Gerencia de Operaciones y Recursos Humanos, con apoyo y asesoría externa, trabajó durante el segundo semestre de 2007 en la definición de un perfil de Líder para nuestra Compañía.

Como parte de este proceso, en 2008 la Escuela de Excelencia Sodimac generó un programa denominado "Desarrollo de Liderazgo Gerencial" (DLG).

Durante el primer año de formación se realizaron talleres relacionados con:

- Identificación del Rol y Acuerdo e identificación de Competencias.
- Apoyo de Harvard Business Review, en la entrega de herramientas técnicas, para su gestión.

En este mismo año, se realizaron seis versiones del DLG en Santiago, donde Gerentes y Subgerentes de todas las tiendas del país se reunieron durante tres días adquiriendo herramientas para fortalecer sus habilidades con el compromiso de traspasar lo aprendido a sus equipos de trabajo.

Desarrollo de Liderazgo Gerencial (DLG) 2008

- Más de 300 ejecutivos participaron en los DLG.
- Encuentros con un promedio de 60 participantes.
- DLG tienen una duración de 3 días.
- 24 horas cronológicas de capacitación.

Trabajadores Premiados Curso E–Learning

Cursos para Tiendas y Oficinas de Apoyo

Programa Anual de Capacitación ejecutado a través de un staff de Instructores internos. Tiene cobertura nacional y contempla la visita de relatores a cada una de las tiendas una o más veces en el año.

Su objetivo es entregar conocimientos y habilidades críticas para el negocio de forma clara y dinámica al mayor número de trabajadores, en ámbitos tales como:

- Formación Comercial
- Prevención de Riesgos
- Ética
- Derecho de los Consumidores
- Recursos Humanos y Liderazgo.

Para los trabajadores de nuestras Oficinas de Apoyo, se realizaron nuevos cursos durante el segundo semestre de 2008, entre los que destacaron: “Mi rol en Sodimac, pieza clave en el éxito del negocio”, “Presentaciones efectivas y manejo de reuniones”.

Bajo esta metodología, en 2008 se realizaron 797 cursos, capacitando a 8.468 trabajadores de todo Chile en 62.862 horas.

E–Learning en Sodimac

Durante 2007 Sodimac puso en práctica herramientas de e-learning, permitiendo educar a trabajadores a lo largo de todo el país a través de una plataforma tecnológica que, permitió estandarizar la enseñanza, mejorar el control y, al mismo tiempo, reducir los costos de capacitación efectiva por alumno. Desde esa fecha, se han capacitado más de 3.200 trabajadores.

CURSOS E-LEARNING	TRABAJADORES CAPACITADOS
Curso básico para Cajeros	1.801
Curso productos Top de Construcción	1.154
Curso Productos de Hogar y Decoración	252
Total	**3.207**

Fuente: Sodimac

En conjunto con Harvard Bussines Review, la Escuela de Excelencia Sodimac incorpora al e-learning, un programa orientado a los gerentes de tienda denominado: Harvard Manage Mentor. Esta herramienta permite capacitar a los gerentes en temas como:

- El pensamiento estratégico
- La resolución de problemas comerciales
- Mantener equipos concentrados en los objetivos
- Fomentar la creatividad e innovación
- Enfocarse en el cliente
- Lograr el desarrollo de sus trabajadores, entre otros.

HARVARD MANAGE MENTOR 2008	
Nº de Gerentes	Nº de Módulos
62	12

Fuente: Sodimac

Ferias y Formación de Expertos

Durante el año 2008 se realizaron 8 Ferias de Capacitación de Productos con el objeto de fortalecer el conocimiento y desarrollo de nuestros trabajadores en las diferentes áreas del negocio. Participaron 2.047 personas y en su realización contamos con la importante colaboración de nuestros proveedores.

HARVARD MANAGE MENTOR 2008

62

Gerentes participantes

12

Módulos

En 2008 participaron 76 proveedores más las gerencias de Prevención, Instalaciones, Maderas, Atención a Clientes y la Gerencia de Control de Calidad y Soporte Técnico. En total se realizaron 5 módulos internos.

FERIAS DE CAPACITACIÓN	2006	2007	2008
Nº de Ferias	10	9	8
Nº Total de Trabajadores	2284	2556	2047

Fuente: Sodimac

Instructores Internos y Olimpíada de Capacitaciones

En este mismo año se formaron 328 instructores internos, cuyo rol es replicar los conocimientos adquiridos al resto de los trabajadores de tiendas. Durante 2008 se realizó el Curso Desarrollo de Habilidades de Relatoría, obteniendo el certificado de "Instructores Autorizados".

En septiembre se realizó la Primera Olimpiada Nacional de Capacitación de Productos, convocando a los mejores instructores internos a nivel nacional.

FORMACIÓN INSTRUCTORES INTERNOS	2006	2007	2008
Nº Instructores Capacitados	368	484	328

Fuente: Sodimac

Becas de Estudio de Formación Superior

Con el objetivo de incentivar el desarrollo y profesionalización de los trabajadores con desempeño destacado, se ha creado un sistema de concurso y asignación pública de becas para el estudio de: Carreras Profesionales, Diplomados y MBA, cuyos costos son cubiertos hasta en un 50% por la empresa.

Subgerentes de Tiendas en Programa de Desarrollo de Liderazgo Gerencial (DLG)

BECAS DE ESTUDIO DE FORMACIÓN SUPERIOR

2006 — 82 Becas

2007 — 112 Becas

2008 — 92 Becas

Un Gran Lugar para Trabajar

Con el propósito de conocer en qué medida los trabajadores perciben a Sodimac como un buen lugar para trabajar, por cuarto año consecutivo, aplicamos el instrumento del "Great Place to Work".

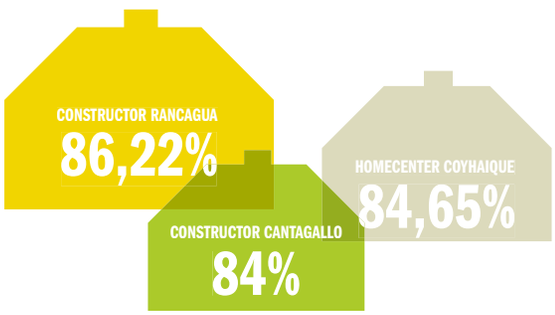
En Sodimac entendemos que todo aquello que se mide se puede mejorar. Con esta premisa, nuestra empresa ha encargado a una firma consultora experta, la aplicación de la encuesta del Great Place to Work por cuarto año consecutivo.

Este instrumento pretende medir en qué medida los trabajadores consideran que su lugar de trabajo es agradable para el desempeño de sus funciones, entendido esto como un ambiente donde uno confía en la gente para la cual trabaja, siente orgullo por lo que hace y disfruta con las personas con la que labora.

La encuesta arroja, entre otros resultados, un índice que refleja el porcentaje de los encuestados que sostienen que Sodimac es un gran lugar para trabajar. En este sentido, la compañía se ha preocupado por garantizar que la aplicación del instrumento sea universal, voluntaria y anónima.

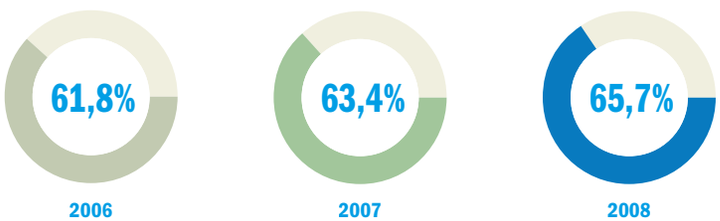
En la versión del año 2008 los resultados generan un total de 8.273 respuestas con un Índice de Satisfacción a nivel total de la compañía del 65,7%. Esto representó un crecimiento, en relación a los años 2006 y 2007 de un 3,7% y 2,3% respectivamente, lo que refleja una constante y sostenida mejoría en el clima laboral de la empresa desde que iniciamos este proceso de medición. Sin embargo, debemos reconocer que el resultado fue menor al 70% que esperábamos obtener en nuestra proyección hecha en 2007. Aún así, y de acuerdo con esta metodología, haremos nuestro mejor esfuerzo para que en 2010 Sodimac sea una de las mejores empresas para trabajar en Chile.

MEJORES PUNTAJES ENCUESTA GPTW 2008 POR TIENDAS

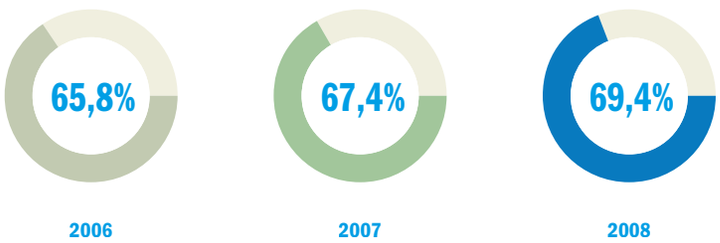


GREAT PLACE TO WORK

Trust Index: Promedio de todas las dimensiones de la encuesta



GPTW: Respuesta a la pregunta: ¿Es ésta una buena empresa para trabajar?



Fuente: GPTW – Sodimac

De izquierda a derecha: Sofía Tapia (Subgerente de Ventas), Isabel Cisterna (Operatriva de Cotizaciones), Pedro Salazar (Gerente CO Valparaíso), Luis Morales (Operativo de Ventas), Marco Negrete (Gerente CO Rancagua) y Juan Pablo Oyarzún (Subgerente de Operaciones).

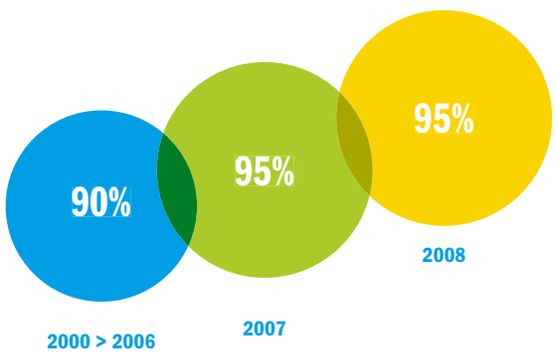
Evaluación de Desempeño

Esta herramienta se ha transformado en un elemento clave para la gestión adecuada y desarrollo de las personas que trabajan en Sodimac.

Se trata de un procedimiento formal, conocido previamente que se realiza todos los años, fundado en el principio del mejoramiento continuo y que contempla la evaluación integral del trabajador en los siguientes indicadores:

- Búsqueda de la Excelencia en Servicio al Cliente
- Trabajo en Equipo
- Iniciativa y Capacitación
- Orden y Metodología de Trabajo
- Solución de Problemas
- Capacidad para trabajar Bajo Presión
- Cumplimiento de Tareas, Plazos y Metas

PORCENTAJES EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO



Fuente: Sodimac

Características de la Evaluación de Desempeño Sodimac

Se realiza directa y presencialmente por la jefatura de cada trabajador.

- Contempla una instancia de diálogo y retroalimentación formal.
- Sobre esta base se generan los planes de acción y mejoramiento.
- Se realiza en una fecha establecida y conocida por todos los trabajadores al interior de la empresa.
- Apoyada por una Campaña Comunicacional Interna.
- Se inicia con la capacitación de los evaluadores.
- Contempla un Comité de Gerencia, instancia en la que los evaluadores deben justificar ante sus pares y otras jefaturas las evaluaciones realizadas y notas asignadas.

Resultados de la Evaluación

El trabajador puede obtener una nota que varía en una escala de 1 a 7. A contar del 2007, todos aquellos trabajadores que obtengan un promedio igual o superior a 5.5, obtiene un incremento de renta automático, equivalente al 4% de su remuneración, siempre y cuando el tramo en la escala de renta correspondiente lo permita.

Este proceso busca una evaluación y calificación objetiva, transparente y justa del trabajador, que limite al máximo cualquier criterio de arbitrariedad.

Sodimac otorga tal relevancia al proceso de Evaluación de Desempeño, que éste es un requisito clave para: Postular a los procesos de Concursos Internos que tiene la compañía, postular y obtener Becas de Estudios, acceso a Planes de Sucesión y solicitudes de Incremento de Renta.

Concursos Internos

Nuestra política en Sodimac es dar siempre la primera oportunidad de ascensos a nuestros propios trabajadores; por lo que se realiza un concurso interno frente a una nueva vacante en cualquier área de la compañía.

DIAGRAMA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

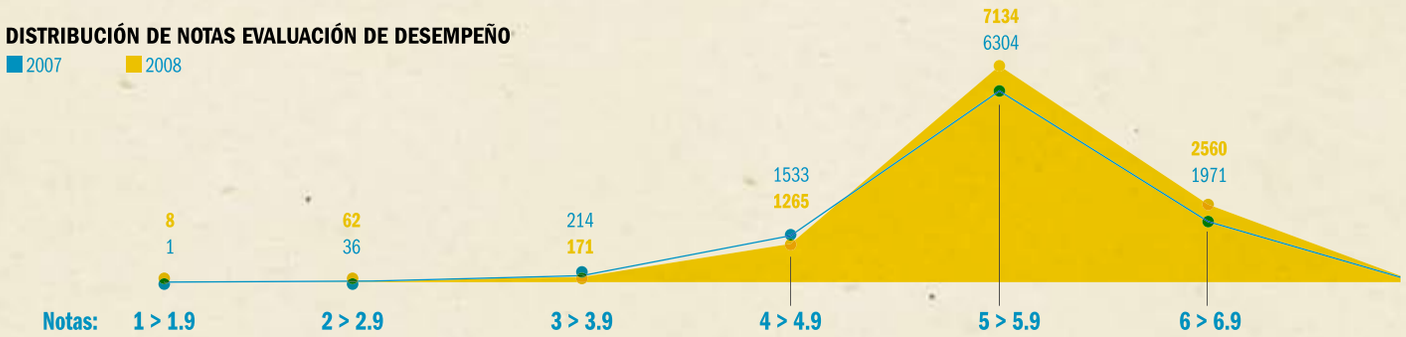
EVALUACION DE CANDIDATOS

2006	1.565
2007	1.245
2008	1.269

CONCURSOS INTERNOS

2006	298
2007	334
2008	303

DISTRIBUCIÓN DE NOTAS EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO



Fuente: Sodimac

Diálogo y Derecho de Asociación

En su historia y desde sus orígenes como cooperativa, Sodimac ha reconocido el derecho de sus trabajadores para constituir organizaciones que los representen. Valora el diálogo permanente, los lazos de confianza y las relaciones sanas y constructivas con los organismos sindicales.

Contamos con dos sindicatos nacionales con más de 10.500 afiliados y una tasa de sindicalización del 64,2%. Éste es un índice muy superior a la tasa promedio de sindicalización nacional. Por lo mismo alberga a uno de los sindicatos más grandes de la empresa privada en Chile.

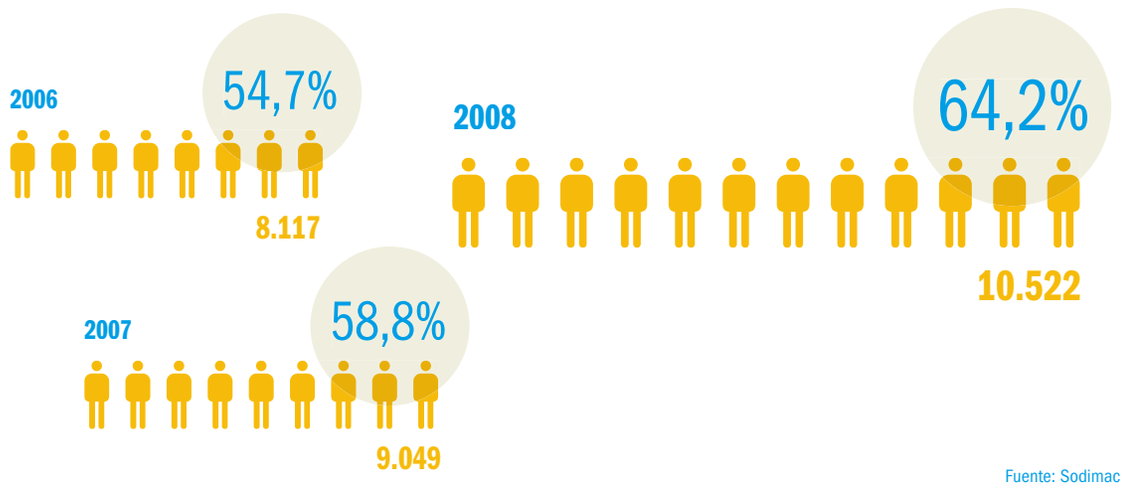
Diálogo: una Práctica Beneficiosa

Esta política de diálogo ha demostrado ser exitosa tanto para los trabajadores como para la empresa. Nos ha permitido mantener indicadores de baja conflictividad y no registrar ninguna sanción, demanda o requerimiento por parte de la autoridad en el período de este reporte. Ello genera beneficios concretos para los trabajadores y crecimiento, estabilidad y sostenibilidad para la compañía.

Trabajadores en la Premiación Carlos Vial Espantoso 2008

Para una empresa que aspira a ser socialmente responsable, esta política ha significado un gran reconocimiento por parte de la comunidad, logrando uno de los máximos galardones a que puede aspirar una empresa en al ámbito laboral: el Premio Carlos Vial Espantoso, entregado en 2008 a Sodimac reconocida como la empresa con mejores relaciones laborales.

TRABAJADORES SINDICALIZADOS



Fuente: Sodimac

Comunicación con Nuestros Trabajadores

Nuestro diálogo responsable y constructivo con los trabajadores, se funda en la práctica de la escucha efectiva y permanente; para eso hemos implementado diversos medios de comunicación.

Revista “Nuestra Casa”
Uno de los más importantes. Con un tiraje de 16.000 ejemplares, llega trimestralmente a todos los trabajadores de Sodimac de Arica a Punta Arenas.

Intranet
Herramienta de comunicación que permite difundir información corporativa, noticias, formularios, instructivos, campañas, difusión de ascensos, videos y establecer un canal de comunicación con los trabajadores.

Sodimac TV
Canal de comunicación digital que consiste básicamente en la emisión vía Intranet, en formato televisión, de noticias diarias, semanales y mensuales.

Reuniones Diarias y Trimestrales
Existen una serie de instancias para fomentar, el dialogo interno y el intercambio de opiniones: Reuniones trimestrales en las Oficinas de Apoyo a Tiendas, Centros de Distribución y, en todas las tiendas, Reuniones Diarias antes de la apertura de cada local. Estas son fundamentales para una buena atmósfera laboral y un espacio donde se relacionan todos los trabajadores con el gerente de tienda y las otras jefaturas.

Comités Paritarios
Sodimac cuenta con Comités Paritarios en todas sus instalaciones.

RELACIÓN DE REMUNERACIONES SEGÚN GÉNERO Y CARGO

Tipo Cargo			Relación*
2008			
Jefe	$ 1.014.251	$ 1.098.676	0,92
Supervisor	$ 590.428	$ 575.045	1,03
Administrativo	$ 678.510	$ 603.047	1,13
Operativo	$ 358.390	$ 339.409	1,06
2007			
Jefe	$ 725.664	$ 809.884	0,90
Supervisor	$ 517.587	$ 457.964	1,13
Administrativo	$ 713.942	$ 639.224	1,12
Operativo	$ 243.283	$ 254.550	0,96
2006			
Jefe	$ 694.817	$ 762.360	0,91
Supervisor	$ 461.532	$ 423.622	1,09
Administrativo	$ 684.866	$ 585.370	1,17
Operativo	$ 222.089	$ 232.805	0,95

* (Promedio Remuneración Hombres) / (Promedio Remuneración Mujeres)

Fuente: Sodimac

GERENTES, SUBGERENTES, GERENTES DE TIENDAS Y JEFES DE DEPARTAMENTOS

	2006		2007		2008	
Rango Edad						
menor que 30		1		1	1	1
entre 30 y 49	38	132	47	143	54	149
50 y más	5	31	7	32	8	40
Subtotal	**43**	**164**	**54**	**176**	**63**	**190**

Fuente: Sodimac

SUBGERENTES DE TIENDAS, PROFESIONALES, TÉCNICOS, OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS

	2006		2007		2008	
Rango Edad						
menor que 30	2.750	5.574	2.853	5.406	3.044	5.464
entre 30 y 49	2.259	3.489	2.522	3.744	2.822	3.963
50 y más	130	443	164	511	207	648
Subtotal	**5.139**	**9.506**	**5.539**	**9.661**	**6.073**	**10.075**
Total Compañía	**5.182**	**9.670**	**5.593**	**9.837**	**6.136**	**10.265**

Fuente: Sodimac

Pluralismo e Integración en Sodimac

En Sodimac valoramos y respetamos los derechos laborales, la diversidad y el pluralismo. Rechazamos las prácticas discriminatorias, sean éstas de género, raza, políticas, religiosas o de cualquier otra índole.

Fomentamos la incorporación laboral de personas con discapacidad. Para ello somos apoyados y asesorados por la Fundación Tacal y del Fondo Nacional de la Discapacidad (FONADIS).

El número total de personas que presentan alguna discapacidad aumentó el último año llegando a los 64 trabajadores, de los cuales 14 corresponden a nuevas contrataciones efectuadas en 2008. Estos trabajadores han sido incorporados con contrato estable e indefinido y con su remuneración completa correspondiente al cargo que ocupan.

Desde 2006, Sodimac mantiene contrato con la empresa Servicios Virtuales (serviciosvirtuales.cl), que provee a nuestra empresa de un Call Center formado por un equipo de trabajadores con algún tipo de discapacidad y que atienden los llamados desde su hogar. A través de la línea 600 600 4020 de Sodimac, esta empresa recibe entre 6 mil y 7 mil llamadas mensuales que son atendidas por alguno de los trabajadores de Servicios Virtuales.

Sodimac no cuenta con políticas de promoción específicas o discriminación positiva respecto de otros grupos minoritarios; su accionar se funda en el apego irrestricto a la igualdad de oportunidades y calificación en virtud de sus méritos profesionales.

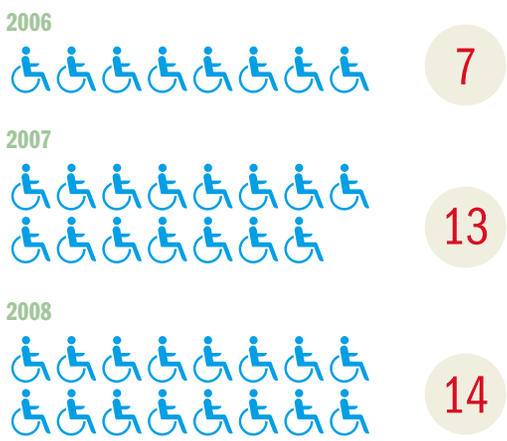
Participación laboral en Sodimac según género
Gerentes, Subgerentes, Gerentes de Tiendas y Jefes de Departamentos
Nuestra empresa cuenta con un alto número comparativamente alto de personal femenino en los más altos puestos ejecutivos, llegando el año 2008 a 63 mujeres con cargos de liderazgo gerencial en la compañía. Lo que representa un aumento respecto de los años 2006 y 2007.

En Sodimac podemos afirmar con propiedad que la remuneración percibida por la dotación femenina - comparada con la dotación masculina en los diferentes tipos de cargo- no tiene ninguna diferencia o alteración sustancial que derive de la diferencia de género.

Contratación Mano Obra Local
En la contratación de trabajadores, privilegiamos aquellos provenientes de las zonas en donde se encuentran instaladas nuestras tiendas, llegando en el año 2008 a un 95% de la dotación total.

En el caso de la contratación de cargos ejecutivos, éstos provienen esencialmente de promociones internas. Ello, debido a la complejidad de la industria de retail, que hace necesario contar con ejecutivos con una extensa experiencia en el sector.

CONTRATACIONES DE TRABAJADORES CON DISCAPACIDAD



Fuente: Sodimac

Cuidado y Seguridad de Nuestros Trabajadores

Para nuestra empresa la preocupación por el cuidado y seguridad de nuestros trabajadores y clientes forma parte de una cultura preventiva que deseamos fomentar a través de procesos de formación continua.

ACTIVIDADES PREVENCIÓN DE RIESGOS 2008

82
Cursos

6.975
Horas de Capacitación

915
Actividades

Comités Paritarios

Los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad (CPHS) de Sodimac cumplen un rol importante dentro de la cultura y estructura de Prevención de Riesgos de la Compañía, integrando nuestro Programa de Prevención de Riesgos. A fines de 2008, se da inicio a la constitución del Comité Paritario Central, organismo integrado por ejecutivos y trabajadores de la Empresa, cuyo rol es apoyar en la gestión de seguridad impulsando la capacitación y el alineamiento transversal de los CPHS.

El CPHS en Sodimac ha cobrado una creciente importancia, impulsando iniciativas cada vez más relevantes, permitiendo sugerir acciones, recomendaciones e incluso llegar a la formulación de sanciones por negligencias inexcusables. En 2008, por primera vez y por recomendación del CPHS se procedió a la desvinculación de un trabajador por serios incumplimientos en procedimientos de seguridad interna de la empresa.

Programa de Prevención de Riesgo

A pesar de los diferentes programas e iniciativas impulsados en materia de prevención de riesgos y seguridad, los resultados obtenidos en el índice de accidentabilidad a fines de 2007, fueron mucho más altos de lo esperado. Esto nos motivó a la elaboración de un nuevo Programa de Prevención de Riesgos 2008, relanzando el objetivo “Cero Accidentes”. El objetivo es reducir sostenidamente las tasas de accidentabilidad y enfermedades laborales en los trabajadores, personal externo y clientes. Al mismo tiempo, esperamos evitar consecuencias o impactos mayores que pongan en riesgo las instalaciones y equipamiento de Tiendas, Centros de Distribución y Oficinas de Apoyo.

Sistema GPS: Gestionando la Seguridad

En materia de gestión de salud y seguridad, podemos mencionar importantes avances, como la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional basado en el Modelo GPS de la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS).

El GPS es un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional, que permite a la empresa controlar los riesgos en forma práctica y efectiva. Comprende 4 niveles de desarrollo con 19 requisitos de escalamiento gradual.

Este modelo busca avanzar en la reducción de la accidentabilidad, desde una perspectiva de mejoramiento continuo, con el objetivo lograr la certificación en cada uno de los niveles. Sodimac se ha propuesto para 2009, certificar el Primer Nivel que contiene los siguientes requisitos:

1.- Representante de la Gerencia.
2.- Identificación de Peligros (Matriz de Riesgos).
3.- Disposiciones Legales Aplicables.
4.- Programa de Gestión de Riesgos.
5.- Autocuidado.
6.- Capacitación y Competencias.
7.- Elementos de Protección Personal.
8.- Enfermedades Profesionales.

ACHS – Sodimac: Aliados en la Prevención

La Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) ha sido un aliado estratégico en acciones y apoyos en materia de Prevención de Riesgos. Durante el 2008, realizó 82 cursos con una cantidad de 6.975 h/h a nivel nacional, además se ejecutaron 915 actividades y asesorías especiales como:

- Evaluaciones de Riesgo
- Auditorias,
- Estudios de Puestos de Trabajo
- Reuniones con áreas de Prevención de Tiendas y Comités Paritarios.

Sodimac ha extendido su política de prevención hacia sus Empresas Contratistas. Hemos establecido un modelo de trabajo coordinado y con soporte de asistencia técnica por parte de la Subgerencia de Prevención de Riesgos. Adicionalmente, se realizaron 8 encuentros regionales de Prevención y una serie de Campañas orientadas a los trabajadores y sus familias tales como:

Actividades Mes de la Prevención, Homecenter Cerrillos

TASA DE AUSENTISMO

Considera el ausentimo total por todas las causas

2006

Masa laboral: 14.852

Días perdidos (promedio anual): 18.520

Ausentismo 4,89%

2007

Masa laboral: 15.430

Días perdidos (promedio anual): 23.752

Ausentismo 5,46%

2008

Masa laboral: 16.401

Días perdidos (promedio anual): 27.876

Ausentismo 6,04%

Fuente: Sodimac

- Cero Accidentes
- Campaña Escolar
- Campaña de Fiestas Patrias
- Riesgos Eléctricos
- Campaña Fin de Año
- Sodimac Contigo
- Campaña Fiesta de Fin de Año
- Campaña Riesgo Automotriz
- Enchúfate a la Prevención
- Caminata Internacional de la Prevención, entre otras.

Tasa de Siniestralidad

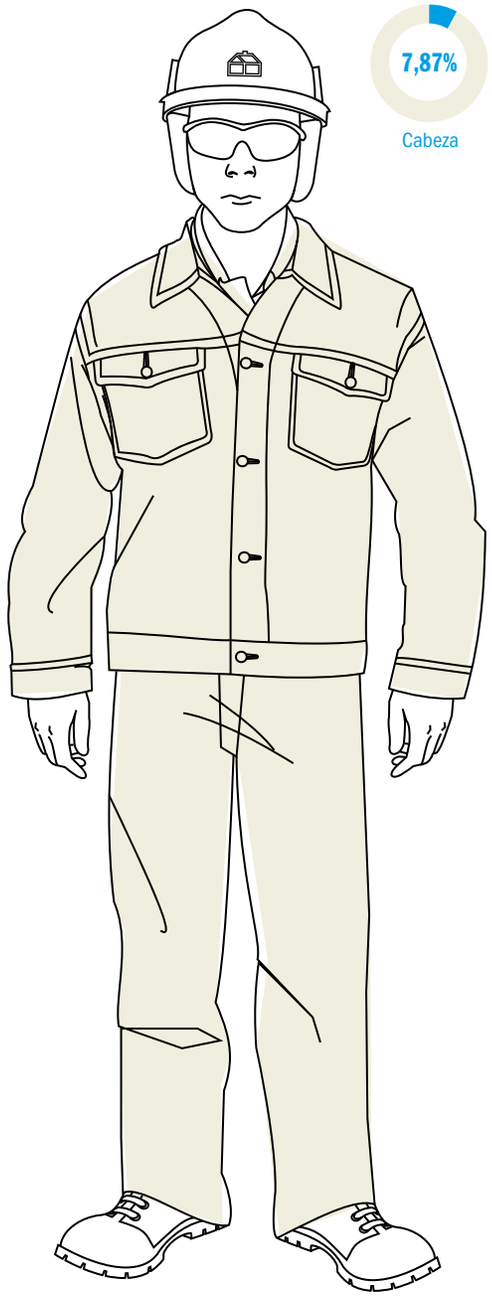
Aún cuando hemos realizado diversas actividades para evitar accidentes y enfermedades laborales, detectamos un alza en la tasa de siniestralidad en el primer semestre de 2008. Esto nos motivó a tomar diversas medidas y fortalecer el enfoque preventivo en este ámbito, lo que permitió lograr una baja y mejoría ostensible en el último trimestre del año, que históricamente representa nuestro período de mayor exigencia y actividad.

Las cifras de 2008 alcanzaron una Tasa de Siniestralidad promedio de 56, lo que representa un aumento de un 27% con respecto al año 2007.

Tasa de Ausentismo y Accidentes

Nuestro objetivo es reducir los ausentismos y los accidentes en todas nuestras instalaciones, entendiendo que con ello no sólo genera mejoras operacionales y de resultados, sino que además logra velar por la integridad física y la salud de todos nuestros trabajadores.

PRINCIPALES LESIONES TRABAJADORES SODIMAC 2008



TASA DE SINIESTRALIDAD

2006 **48,1%**

2007 **44,6%**

2008 **56%**

VICTIMAS MORTALES

2006 **0**

2007 **0**

2008 **0**

TASA DE SINIESTRALIDAD

Fuente: Sodimac

Nuestros Proveedores

Aprovisionamiento Responsable

GRI
EC6
HR1
HR2
HR6
HR7
EN6

Nuestros Proveedores

En el desarrollo de nuestra política de sostenibilidad hemos declarado a nuestros proveedores como uno de nuestros focos prioritarios. Por lo mismo, estamos concientes que tenemos una enorme incidencia en proveedores nacionales y una gran responsabilidad para con nuestro entorno inmediato.

En nuestra actividad de retail procuramos resolver un dilema permanente: ¿Cómo hacer la relación de Sodimac con sus Proveedores sostenible en el largo plazo y mutuamente beneficiosa?

Para ello, nos apoyamos en un dicho que aprendimos de la cultura africana, lo repetimos en nuestros seminarios y lo hemos señalado reiteradamente: “Si quieres ir rápido anda solo, si quieres llegar lejos anda acompañado”.

Buscamos caminar y crecer juntos, buscamos alianzas para lograr encadenamientos y confianzas efectivas con nuestros proveedores.

Especialmente a contar del último trimestre de 2008, en los que reina la incertidumbre y el temor, queremos reafirmar algunos principios que nos han orientado y que han sido importantes para nosotros.

Reconocemos que, en la relación de proveedores y empresas de retail, se pueden producir ciertas fricciones y naturales desavenencias, propias de los legítimos intereses que están en juego. Hemos presenciado experiencias muy negativas al respecto, incluso serios conflictos judiciales entre algunos retailers y sus proveedores.

En nuestros 56 años hemos apostado por desarrollar una relación sana y constructiva. Sin embargo, conscientes que también debemos mejorar y reconocer las nuevas tendencias del mercado, desarrollamos iniciativas para potenciar nuestra vinculación con la cadena de aprovisionamiento.

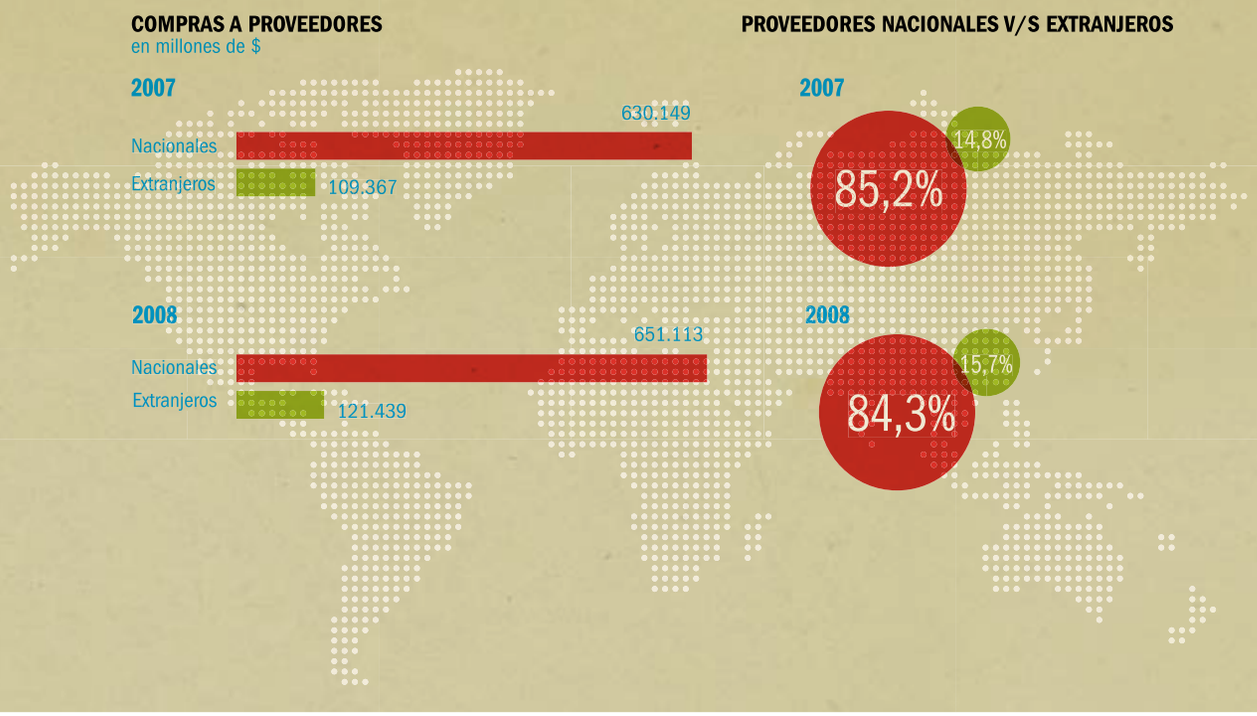
Desde fines del 2006 y principios del año 2007, nos reunimos con nuestros proveedores, hicimos visitas especiales y programadas a muchos de ellos para analizar aspectos positivos y también los aspectos negativos de nuestra relación.

Principios orientadores con Nuestros Proveedores:

- Humildad y austeridad.
- Cultura de alumnos permanentes.
- Escucha a nuestros principales interlocutores.
- Mirada atenta a los cambios del mundo.
- Cuidado de nuestros trabajadores, nuestros proveedores y especialmente de nuestros clientes.

Lo que hemos denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS) constituye un marco claro, transparente y público, disponible para todos en nuestra página web, que regula los derechos y deberes de cada parte.

Más información en www.sodimac.cl/NE/rse.html



Fuente: Sodimac

Como resultado de este proceso de escucha y diálogo desarrollamos, sin estar obligados a ello, una gran iniciativa que engloba el enfoque de nuestra política hacia nuestros proveedores: Transparencia Comercial Sodimac (TCS).

¿Qué contiene el TCS?

Transparenta las prácticas ya existentes y las formaliza de manera abierta y vinculante para todos, incluyendo a nuestros ejecutivos.

- Contiene los Principios y Ética que rigen nuestra relación, haciendo énfasis en el buen trato, en el cumplimiento de los compromisos, en la no discriminación, la corrección y la probidad.
- Contiene la Forma de aprovisionamiento.
- Contiene los Cobros y Descuentos claros y previamente conocidos.
- Establece el Control de Calidad como piedra angular de responsabilidad hacia nuestros clientes
- Consigna las Conductas de RS mínimas que pedimos a nuestros proveedores no solo en Chile, sino también en el Mundo.
- Establece una Contraloria TCS, que pueda resolver, como ente imparcial, eventuales conflictos producidos entre proveedores y la gerencia comercial de nuestra Compañía.

Entendemos que este marco constituye una forma de autorregulación que refleja una manera moderna, abierta y transparente de relacionarse y que nos permite seguir caminando juntos con reglas claras.

Normas de RS para Proveedores

Esta normativa sugiere a los proveedores cumplir, a lo menos, con las siguientes orientaciones:

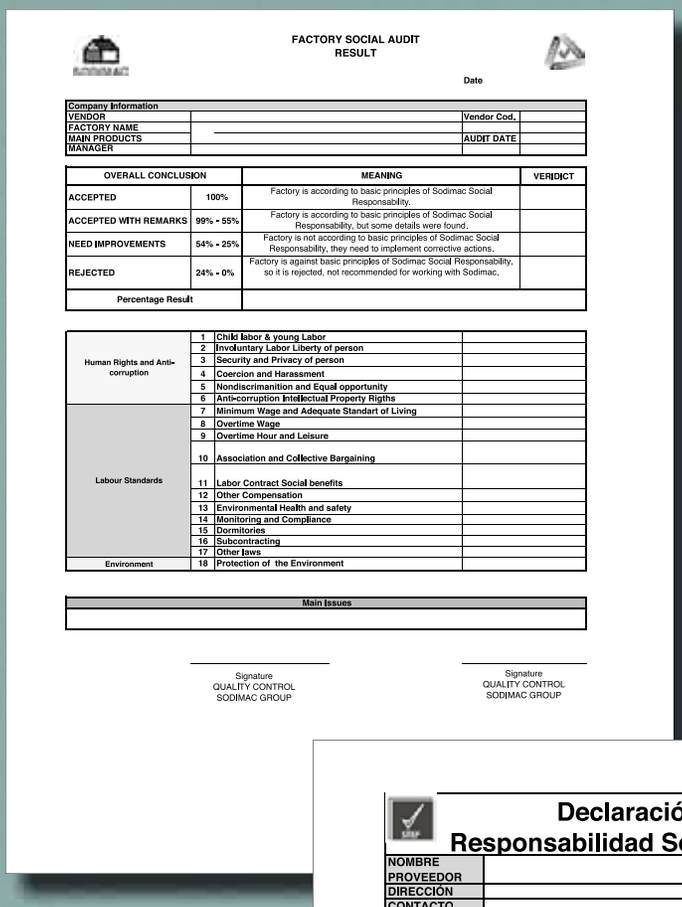
- No utilizar mano de obra infantil en sus procesos productivos.
- Excluir la coerción y acoso en las relaciones con sus trabajadores.
- No discriminación.
- Respetar los derechos de asociación.
- No usar mano de obra involuntaria.
- Cuidado de salud y seguridad de sus trabajadores.
- Reconocimiento de un salario que satisfaga las necesidades básicas de sus trabajadores.
- Procurar cada vez mejores estándares en la protección del medioambiente.

Cuestionario de RS para Proveedores

Fundado en el mismo espíritu, a comienzos del año 2006, implementamos una iniciativa para que los proveedores firmaran una declaración adicional que consiste en un cuestionario sobre aspectos de Responsabilidad Social, como Trabajo Infantil, Salud y Seguridad laboral, Materiales y Selección de Proveedores, Etiquetado y Publicidad de Productos y Medio Ambiente.

Hemos logrado el entendimiento y colaboración por parte de los proveedores a esta iniciativa, inclusive en Asia, lo que se traduce en la suscripción del formulario “Declaration of Social Responsability in Factory, que fue elaborado especialmente en inglés y chino mandarín. Este documento constituye una base importante para

Cuestionarios de Responsabilidad Social para Proveedores



FACTORY SOCIAL AUDIT RESULT

Date

Company Information			
VENDOR		Vendor Cod.	
FACTORY NAME			
MAIN PRODUCTS		AUDIT DATE	
MANAGER			

OVERALL CONCLUSION		MEANING	VERIDICT
ACCEPTED	100%	Factory is according to basic principles of Sodimac Social Responsability.	
ACCEPTED WITH REMARKS	99% - 55%	Factory is according to basic principles of Sodimac Social Responsability, but some details were found.	
NEED IMPROVEMENTS	54% - 25%	Factory is not according to basic principles of Sodimac Social Responsability, they need to implement corrective actions.	
REJECTED	24% - 0%	Factory is against basic principles of Sodimac Social Responsability, so it is rejected, not recommended for working with Sodimac.	
Percentage Result			

Human Rights and Anti-corruption	1	Child labor & young Labor	
	2	Involuntary Labor Liberty of person	
	3	Security and Privacy of person	
	4	Coercion and Harassment	
	5	Nondiscrimanition and Equal opportunity	
	6	Anti-corruption Intellectual Property Rigths	
Labour Standards	7	Minimum Wage and Adequate Standart of Living	
	8	Overtime Wage	
	9	Overtime Hour and Leisure	
	10	Association and Collective Bargaining	
	11	Labor Contract Social benefits	
	12	Other Compensation	
	13	Environmental Health and safety	
	14	Monitoring and Compliance	
	15	Dormitories	
	16	Subcontracting	
	17	Other laws	
Environment	18	Protection of the Environment	

Main Issues

Signature
QUALITY CONTROL
SODIMAC GROUP

Signature
QUALITY CONTROL
SODIMAC GROUP

SODIMAC

DECLARATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN FACTORY

NAME	
LOCATION	
PURCHASE ORDER	
VENDOR	

WE, HEREBY, DECLARE THE FOLLOWING:

1. Do you employ anyone under the local legal age? 是否有雇佣童工?	YES	NO
2. Do you employ any prison or forced labor? 是否有雇佣有犯罪纪录的工人或奴役?	YES	NO
3. Is this factory in compliance with all local labor and wag laws? 贵司是否有符合当地所规定的劳动法规?	YES	NO
4. Is this factory in compliance with local health and safety requirement? 贵司是否有符合当地的健康安全法规?	YES	NO
5. Does your product generate any type of damage to the environment? 贵司所生产的产品是否会对四周环境造成损害?	YES	NO
6. Does your product contain any type of toxic element?, Which? Do you have evaluated to eliminate this element, and how much time? [illegible]物质? 若有, 请不要使用该物质, 多久内可以改善?	YES	NO
[illegible] to all international laws pertaining to [illegible] Patent regulations? [illegible]利权上是否符合国际法的规定?	YES	NO
[illegible]ect required country of origin markings on all [illegible] [illegible]产品上?	YES	NO
[illegible]ment that cause discrimination on your personnel [illegible], language, sexual option, etc)? [illegible], 语言差异及性别不同等因素, 而对员工有不平等待遇?	YES	NO

[illegible], Title and Company.

[illegible]ed technology resources, Inc.)

Declaración Básica de Responsabilidad Social de Proveedores

NOMBRE PROVEEDOR				COD. PROV.	
DIRECCIÓN				FECHA	
CONTACTO		OTRO			
TELÉFONO		E-MAIL			

ÉTICA EMPRESARIAL	SI	NO	No aplica	OBSERVACIONES
¿Su empresa fomenta y promueve el cumplimiento de los estándares de comportamiento ético, a través de toda la organización?				
¿Sus productos cumplen las leyes nacionales e internacionales vigentes relacionadas con MARCAS REGISTRADAS, DERECHOS DE AUTOR, MARCA DE ORIGEN, etc.?				
CALIDAD DE VIDA LABORAL	**SI**	**NO**	**No aplica**	**OBSERVACIONES**
¿Se cumple la normativa referente al trabajo de menores de edad?				
¿Toma medidas preventivas en los procesos que pueden generar daño potencial a la salud y seguridad de sus empleados (zapatos de seguridad, protectores auditivos, etc.)?				
¿Posee un programa de prevención de accidentes y enfermedades profesionales?				
¿Su empresa tiene erradicado el trabajo forzoso y obligatorio?				
¿Su empresa cumple con las leyes laborales vigentes?				
MARKETING RESPONSABLE	**SI**	**NO**	**No aplica**	**OBSERVACIONES**
¿Los productos que la empresa comercializa generan algún daño potencial a la salud o al medioambiente?				
¿Existe transparencia en la información al consumidor de posibles riesgos a la salud y medioambiente de los productos que la empresa comercializa?				
¿Sus productos contienen algún elemento tóxico?				
MEDIO AMBIENTE	**SI**	**NO**	**No aplica**	**OBSERVACIONES**
¿Están identificados y controlados los impactos ambientales por parte de la empresa?				
APROVISIONAMIENTO RESPONSABLE	**SI**	**NO**		**OBSERVACIONES**
¿Se preocupa que sus proveedores cumplan la normativa laboral vigente?				
¿Se preocupa que sus proveedores cumplan la normativa medio ambiental vigente?				
COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	**SI**	**NO**		**OBSERVACIONES**
¿Su empresa privilegia la contratación de mano de obra local (comuna)?				

Declaro que la información entregada es fidedigna y verificable

FIRMA Y NOMBRE PROVEEDOR

las auditorías de fábrica en terreno, que realiza nuestro equipo de Control de Calidad.

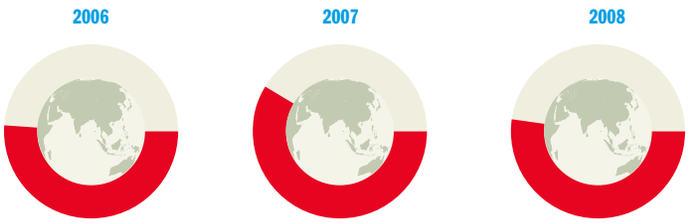
Esta declaración se firma al terminar la inspección por lo que todo proveedor inspeccionado ha contestado el cuestionario.

Este año se ha aumentado el número de inspecciones realizadas, así como los proveedores inspeccionados, pero ante el incremento total de proveedores, el porcentaje inspeccionado ha disminuido.

Adicionalmente realizamos los Testeos de Productos, mediante los cuales verificamos las características funcionales y de seguridad de nuestros productos. Este año los testeos aumentaron significativamente a nivel nacional e internacional.

En 2008 realizamos las Factory Social Audit a proveedores en China, las que consisten en evaluaciones a fábricas focalizadas en materias de Responsabilidad Social. Se realizaron 55 evaluaciones.

PROVEEDORES INTERNACIONALES QUE FIRMARON EL CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



Fuente: Sodimac

PROVEEDORES DE ASIA INSPECCIONADOS	2007	2008
Número de inspecciones	1832	2049
Número de proveedores inspeccionados	279	312
Porcentaje de proveedores inspeccionados	68%	59%

Fuente: Sodimac

TESTEOS DE PRODUCTOS	2006	2007	2008
En Chile	320	1104	3322
Fuera de Chile	40	57	223

Fuente: Sodimac

Primer Curso de Producción Responsable

Experiencia piloto que contó con el apoyo de la Cámara Nacional de Comercio (CNC). La entidad encargada de la implementación del programa fue Centro Vincular, de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV).

En la actualidad, claramente no basta con sólo vender productos a un precio bajo. Nuestros clientes son consumidores más exigentes. Requieren calidad, seguridad; que los productos no afecten su salud, que no dañen al medio ambiente; que no se usen niños esclavos o mujeres forzadas en su producción.

Sodimac no puede cumplir con las expectativas de sus clientes si no cuenta con el entendimiento y el compromiso de cada uno de los proveedores. Por ello, en el marco de nuestra Transparencia Comercial Sodimac, desarrollamos e implementamos durante el 2008, el Primer Curso de Producción Responsable para Proveedores del Comercio que se realiza en nuestro país. Experiencia piloto que contó con el apoyo de la Cámara Nacional de Comercio (CNC). La entidad encargada de la implementación del programa fue Centro Vincular, de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV).

Sin ánimo de imponer criterios o visiones, invitamos a nuestros proveedores Pyme a participar en este 1er Curso de Producción Responsable de Proveedores de Sodimac. Partiendo por nuestros proveedores locales, pequeños y medianos empresarios, que llevan años trabajando con Sodimac.

Sodimac no solo pide el cumplimiento de ciertas condiciones de Calidad y Responsabilidad Social a sus proveedores, sino que además decidimos entregar herramientas que nos permitieran crecer juntos.

La respuesta fue muy satisfactoria: 23 proveedores de Sodimac, con una antigüedad promedio de 12,5 años, clasificados como relevantes por nuestra Gerencia Comercial, acudieron a la invitación y trabajaron durante más de 6 meses del año 2008, estudiando, analizando y discutiendo diversas materias relacionadas con la calidad de los productos; los cambios en el mundo; la sostenibilidad; los nuevos consumidores; las exigencias del retail; las condiciones y vida laboral de sus propios trabajadores, entre otras.

Este curso nos permitió materializar tres importantes objetivos:

1. Transferir y entregar herramientas de RS para avanzar hacia una Producción cada vez más Responsable. Cada uno de los participantes adquirió las herramientas necesarias para implementar programas de responsabilidad social y mejoramiento en sus respectivas empresas.

2. Escucharlos, sistematizar sus opiniones y priorizar sus inquietudes, detectando los aspectos más sensibles de su relación con Sodimac, sobre los cuales iniciaremos un trabajo ordenado y planificado, para –paulatinamente– ir mejorando las deficiencias detectadas.

Proveedores Graduados Curso de Producción Responsable 2008

3. Nos entrega criterios objetivos que nos permite establecer un ranking de proveedores con parámetros más claros.

Este proceso tuvo beneficios concretos para los proveedores:

- Conocimientos y herramientas adquiridas, además de una visión estratégica más compartida con su cliente Sodimac.
- Beneficio de una relación más estable y con muchos mayores grados de confianza.
- Obtuvieron un pago preferencial de sus facturas a 30 ó 15 días, sin ningún tipo de descuento por prepago.
- Finalmente hemos iniciado el traspaso a estos proveedores de ciertos beneficios concretos que Sodimac ha podido lograr gracias a su tamaño y capacidad negociadora.

Proyectamos seguir profundizando en el traspaso de herramientas hacia nuestros proveedores, especialmente las Pymes, para poder crecer sostenidamente a tasas más altas. Por lo que seguiremos implementando este curso de Producción Responsable en los próximos años.

LOS PARTICIPANTES DE ESTE CURSO SEÑALARON LOS SIGUIENTES IMPACTOS EN LA GESTIÓN DE SU EMPRESA

Fuente: Centro Vincular – RS, PUCV

Nuevos Proveedores

Participación en Rueda de Negocios

Con el objeto de entregar la oportunidad de transformarse en proveedores de Sodimac, hemos participado activamente en las diferentes convenciones de negocios en las que pequeñas y medianas empresas (Pymes), ofrecen sus productos y servicios a grandes empresas.

Tras el éxito alcanzado por el encuentro organizado en 2007, la Asociación de Exportadores de Manufacturas y Servicios, Asexma, convocó a Sodimac a una segunda Rueda de Negocios Chilexporta, cuyo principal objetivo fue generar instancias de encuentro con Pymes, desarrollándose más de 40 encuentros de negocios con nuestros ejecutivos.

Adicionalmente, hemos participado en las ruedas de negocios organizadas por la Cámara de Comercio de Santiago y el BCI.

Firma de Acuerdo Sociedad Chilena de Inventores

Nuevos Productos

Sodimac abre sus puertas a los inventores chilenos

En el 2008, Sodimac firma un acuerdo con la Sociedad Chilena de Inventores, mediante el cual ellos podrán exponer sus productos a los ejecutivos de la compañía, durante reuniones periódicas, en las que se evalúa en cada caso la potencialidad de que éstos sean comercializados.

Este convenio incentiva la innovación en el país, impulsando el desarrollo y surgimiento de actividad emprendedora y la innovación en Chile. Hasta el momento se han presentado 16 productos innovadores que se encuentran actualmente en fase de evaluación comercial y de nuestra Gerencia de Control de Calidad.

Nuestros Clientes

Comercio y Marketing Responsable

GRI
LA11
EN6
PR1
PR2
PR3
PR4
PR5
PR6
PR7
PR8
PR9
SO8

Comercio y Marketing Responsable

La responsabilidad frente a nuestros clientes es la razón de existencia y foco prioritario de Sodimac. Esta se funda en la satisfacción de sus necesidades y una experiencia de compra positiva.

Para ello, hemos desarrollado múltiples canales de comunicación, diálogo y detección de los niveles de satisfacción de nuestros clientes.

Esto parte desde la comunicación de marketing hacia nuestro público, la que se basa en estrictos parámetros éticos apegados a la buena fe, la competencia leal y las buenas prácticas publicitarias. Por ello, hemos adherido voluntariamente al Código de Ética Publicitaria y principios del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR.

La Ética en la Publicidad

En Sodimac nos preocupa entregar una publicidad que se ajuste permanentemente a la ética y que respete los derechos de las personas, procurando entregar responsablemente una información objetiva, veraz, clara y con la mayor cantidad de antecedentes comerciales relevantes.

En el evento que se produzca un error involuntario en nuestra publicidad, realizamos inmediatamente las correcciones y rectificaciones que procedan, privilegiando el estricto apego a nuestros principios y la legalidad vigente.

> RECUADRO

Acciones de Marketing 2008:
Marca Sodimac Constructor

· Nº Catálogos Sodimac Constructor	5
· Nº Exhibiciones en TV (Spot)	3.414
· Nº Publicaciones en Prensa	245
· Nº Publicaciones en la Vía Pública	39
· Nº Frases Radiales	12.904

Acciones de Marketing 2008:
Marca Homecenter Sodimac

· Nº Catálogos Sodimac Constructor	25
· Nº Exhibiciones en TV (Spot)	3.244
· Nº Publicaciones en Prensa	99
· Nº Publicaciones en la Vía Pública	112
· Nº Frases Radiales	817

Control de Calidad

Entendemos que nuestro deber esencial para con nuestros clientes, es el compromiso con la calidad. En efecto, hacemos nuestro mejor esfuerzo para garantizar estándares mínimos de calidad y seguridad en todos nuestros productos.

Equipo de Control de Calidad, liderado por su Gerente Felipe Canales (al centro), desarrolla acciones preventivas y correctivas en el ciclo de vida de los productos y servicios comercializados por Sodimac.

> **RECUADRO**

Objetivos de la Gerencia de Control de Calidad

> Brindar Calidad y Seguridad
> Asegurar el Inventario y Disponibilidad
> Comprar con Calidad

Todas las líneas que se incorporan a nuestro surtido, son testeadas en su calidad y seguridad por un equipo de expertos profesionales que conforman nuestra Gerencia de Control de Calidad, con una dotación y presupuesto definido.

Los objetivos de esta Gerencia se logran mediante un flujo que contempla el control de calidad en el proceso de compra, formalizado en un Procedimiento Operativo Estándar (POE), el cual constituye una norma obligatoria de la compañía.

Para llevar a cabo esta política desarrollamos constantemente acciones preventivas y correctivas en el ciclo de vida de los productos y servicios. Esta labor se viene realizando desde hace casi 10 años a la fecha, inicialmente a los productos más sensibles y, desde el año 2007, a la totalidad de las líneas de productos que comercializa Sodimac.

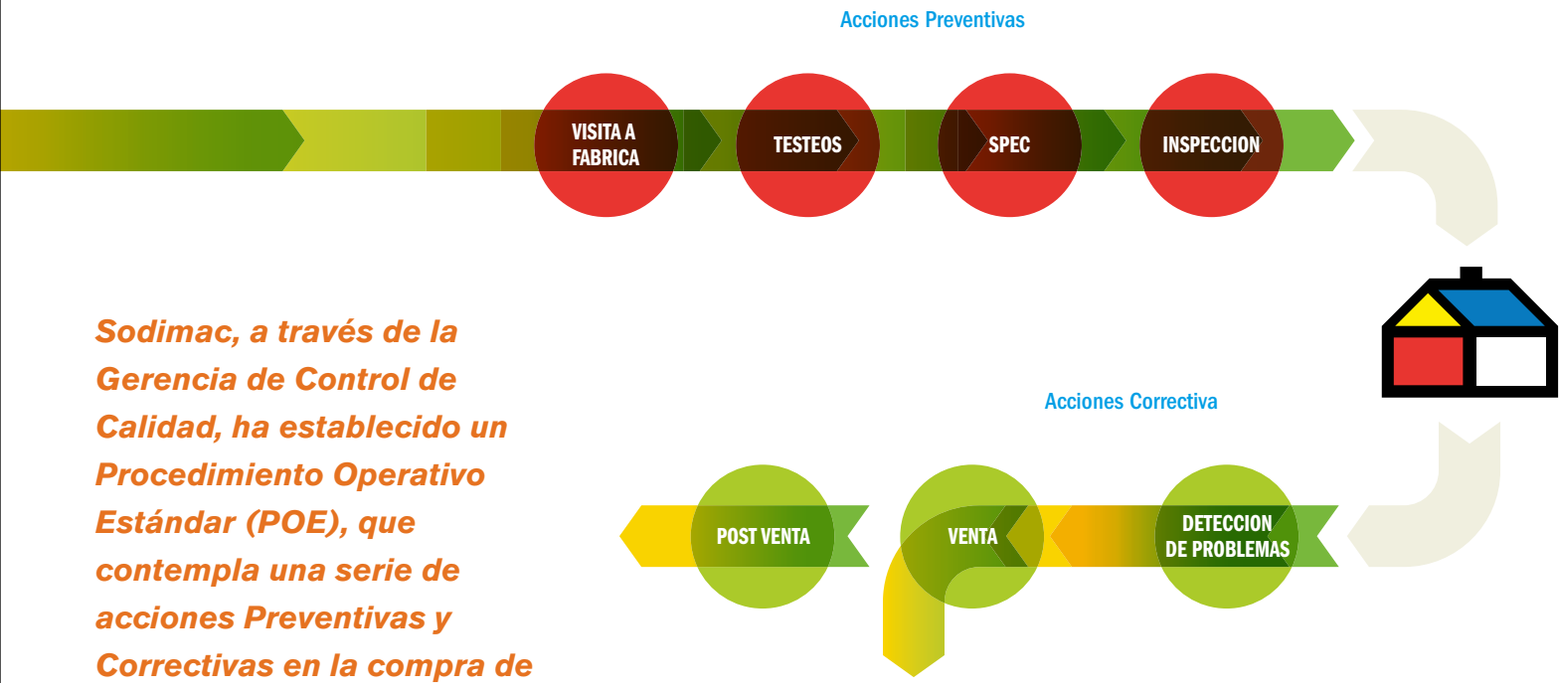
Acciones Preventivas

- Visitas a Fábricas
- Pruebas y Testeos
- Determinación de Estándares Técnicos Mínimos (SPEC)
- Verificación de Rotulación y Etiquetado de Productos
- Inspecciones

Acciones Correctivas

- Detección Temprana de Problemas en Tiendas (Red de Ayuda)
- Post Venta y/o Servicio Técnico
- Seguimiento y Mejoramiento Continúo de Productos.

FLUJOGRAMA DE CONTROL DE CALIDAD



Sodimac, a través de la Gerencia de Control de Calidad, ha establecido un Procedimiento Operativo Estándar (POE), que contempla una serie de acciones Preventivas y Correctivas en la compra de productos y servicios.

Las inspecciones preventivas se han incrementado producto de un calendario predeterminado que nos permite revisar los productos por temporadas. Ej: En febrero y marzo se inspeccionaron los productos de calefacción de la temporada 2009.

De las inspecciones nacionales realizadas en 2008, un 72% se realizaron para verificar la calidad de los productos.

Vigilamos permanentemente los niveles de percepción y satisfacción de los clientes respecto de nuestros productos y servicios. Al mismo tiempo, hacemos los máximos esfuerzos en materia legal por verificar las solicitudes, reclamos o demandas de nuestros clientes.

Trabajamos día a día, haciendo nuestro máximo esfuerzo por brindar la mejor atención y satisfacción a nuestros clientes durante y después del proceso de compras. Solucionamos los reclamos cuando hay base y mérito para la solicitud, sin embargo rechazamos toda aquella pretensión que sea injustificada o totalmente desmedida, dejando su resolución –en tal caso– a los tribunales de justicia, como entes imparciales y objetivos. Durante 2008, acumulamos un total de 85 juicios, lo que representa una tasa bastante baja de conflictividad judicial, si se considera los casi cuatro millones de visitas mensuales.

Control de Calidad en Tiendas

CAUSAS JUDICIALES - DEMANDAS		
Concepto	**2002-2007**	**2008**
Salud y Seguridad	36	26
Información y Etiquetado	21	30
Publicidad y Marketing	2	2
Otros *	9	27
Total	68	85

* Problemas de instalación, robo de tarjetas, etc.

Fuente: Sodimac

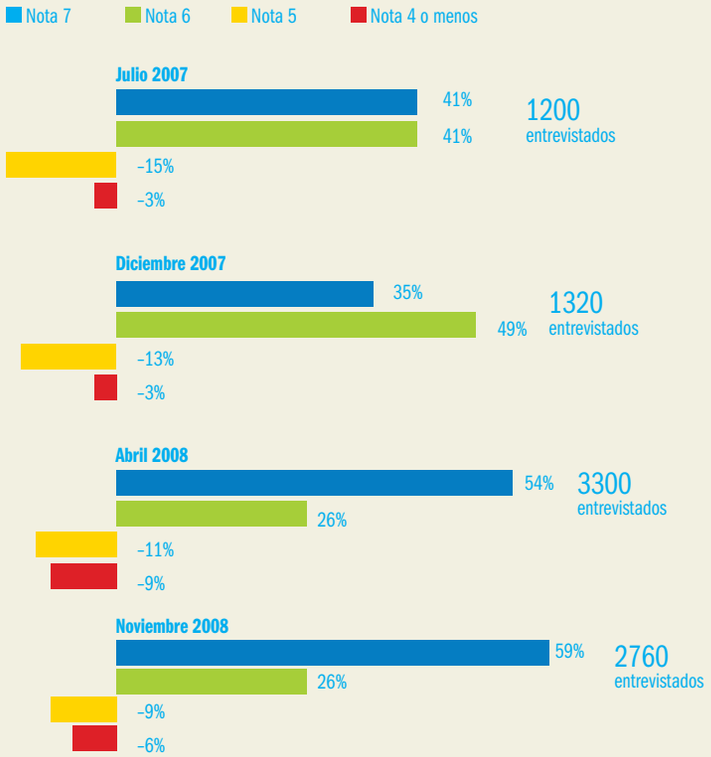
INSPECCIONES NACIONALES

Fuente: Sodimac

INSPECCIONES NACIONALES			
Objetivo a inspeccionar	2006	2007	2008
Calidad	826	1293	1184
Código de Barra	169	285	213
Display Box	19	25	41
Paletizado	-	-	2
Sensor	63	235	416
Temporada	72	153	145
Total general	1149	1991	2001

Fuente: Sodimac

RESULTADOS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES



* Las notas menores a 5 se entienden como insatisfacción y se expresan como números negativos

Fuente: Sodimac – Punto de Vista

Encuestas de Satisfacción de Clientes

Sodimac implementa a partir de 2007, en todas las tiendas, un sistema de medición continúa con respecto a la satisfacción y lealtad de sus clientes, con el objetivo realizar programas focalizados de acción y mejoramiento.

Este procedimiento, se realiza a través de diversas encuestas que realizamos para obtener la opinión directa de los clientes respecto de su "Experiencia de Compra". Esto nos permite la detección oportuna de las variables más relevantes que impactan en la atención de nuestros consumidores.

La evaluación se realiza en una escala de 1 a 7, sobre 4 puntos sensibles de nuestra relación con los clientes:

- Infraestructura
- Atención en Caja
- Atención del Personal de Venta
- Satisfacción del Producto

Durante 2008, Sodimac realizó 2 evaluaciones a nivel nacional; una en abril y la segunda en noviembre; entrevistando a más de 6000 clientes.

En el cuadro anterior se aprecia que en abril de 2008 la evaluación con notas 6 y 7 alcanzan un 80%. Mientras que la segunda encuesta de noviembre del mismo año, las notas entre 6 y 7 mejoran con un resultado de 85%.

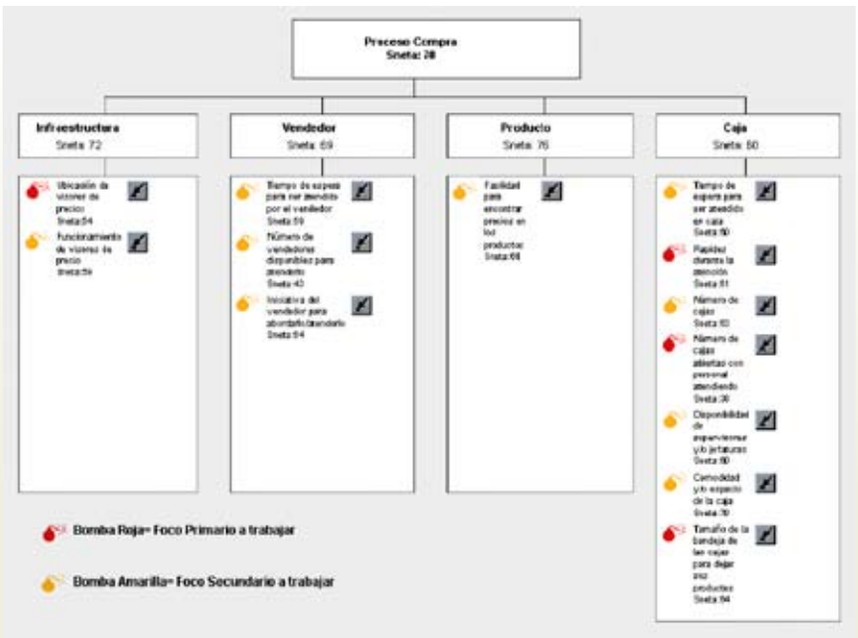
La información obtenida se procesa mediante sistemas computacionales permitiendo detectar las fortalezas y debilidades de las tiendas con el fin de generar acciones y proyectos de mejora continua.

Sodimac, por intermedio de la Gerencia de Atención a Clientes, ha establecido un sistema que permite el seguimiento, procesamiento y respuesta de todas las solicitudes, consultas, sugerencias o reclamos de nuestros clientes.

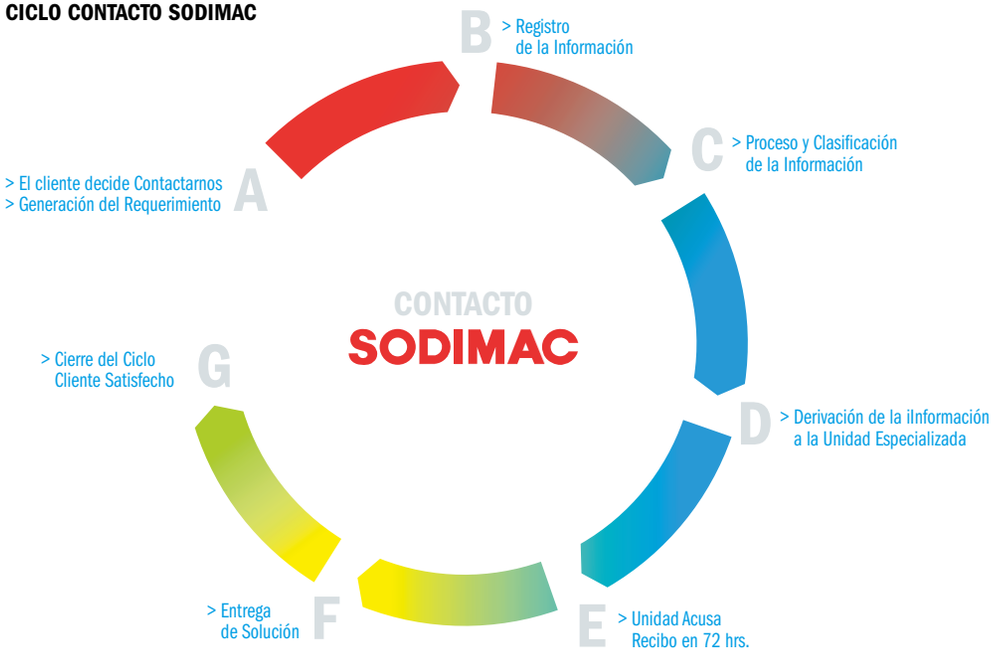
Callcenter Atención a Clientes

> RECUADRO

Ejemplo de la herramienta: Focos de mejora detectados en la encuesta de clientes



CICLO CONTACTO SODIMAC



Canales de Escucha a Nuestros Clientes
Adicionalmente, hemos implementado a partir de 2001 un sistema denominado “Contacto Sodimac”.

Este sistema actúa en forma permanente como soporte integral a los requerimientos generados por los clientes en las diferentes áreas de la compañía, contando con equipos de en todas las Tiendas y Oficinas de Apoyo.

Este cuadro nos indica la importancia que Sodimac le otorga a los diferentes canales de escucha para estar atentos a los requerimientos de nuestros clientes.

Mediciones de Atención a Clientes – Cliente Incógnito
Sodimac posee un sistema de medición orientado a mejorar uniformemente la atención de clientes. El objetivo apunta a medir continuamente las conductas de atención definidas por la compañía y que se enmarcan en los siguientes ámbitos:

- Bienvenida
- Presentación
- Asesoría
- Despedida

De esta forma es factible detectar las fortalezas y debilidades, mejorar la atención, reconocer, distinguir y premiar a personal de las tiendas, asimismo trabajar en aquellos puntos más débiles.

> RECUADRO

Canales de Escucha para Atención al Cliente:

- Callcenter Atención a Clientes
- Buzones en Tiendas
- Mail al personal de Sodimac, ejecutivos y otros.
- Página Web Sodimac
- Línea Directa, Cartas de Sernac y medios de prensa.
- Mediciones de Atención a Clientes Cliente Incógnito

EVOLUCIÓN DE REQUERIMIENTOS DE NUESTROS CLIENTES

Año	Total Requerimientos de Clientes
2008	51000
2007	46000
2006	42000

Fuente: Sodimac

Compromiso con el Medio Ambiente

GRI
EN3
EN4
EN5
EN6
EN7
EN14
EN16
EN17
EN18
EN19
EN21
EN22
EN23
EN24
EN25
EN26
EN28
EC2

Gestión Medioambiental de Nuestros Productos y Servicios

Nuestro foco de atención ha estado dirigido a que los productos cumplan con normas de calidad y seguridad para el adecuado uso de nuestros clientes y que nuestros proveedores consideren crecientemente criterios de producción responsable, con el menor impacto en el medioambiente.

Nuestra empresa, por la naturaleza de su giro, no cuenta con procesos productivos propios. Compramos nuestro mix de productos a miles de proveedores y los vendemos a través de nuestros diversos formatos, procurando satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Focalizados en la esencia de nuestro negocio, hemos generado un riguroso sistema de control que involucra, testeos para todas las líneas de productos que se incorporan a nuestro surtido, y lo hacemos a través de un equipo de expertos profesionales que conforman nuestra Gerencia de Control de Calidad. (Ver más información en Capítulo Nuestros Proveedores).

Importación de Productos de Madera

Realizamos verificaciones a todos los productos importados fabricados en madera que ingresan al país y exigimos a nuestros proveedores un proceso de fumigación de acuerdo a especificaciones técnicas, el cual debe incluir todos los embalajes de madera (pallets), evitando así, la invasión de plagas como termitas y hongos, entre otras.

Durante 2008, se revisó el 100% de las cajas embarcadas llegando a 60 contenedores, 1050 pallets y 50.308 cajas de cerámicas.

Leña para Calefacción

Adicionalmente, Sodimac se preocupa que toda la leña en venta sea adquirida de proveedores que cuenten con un Plan de Manejo autorizado por CONAF, verificando permanentemente que mantengan vigentes las autorizaciones necesarias para su explotación.

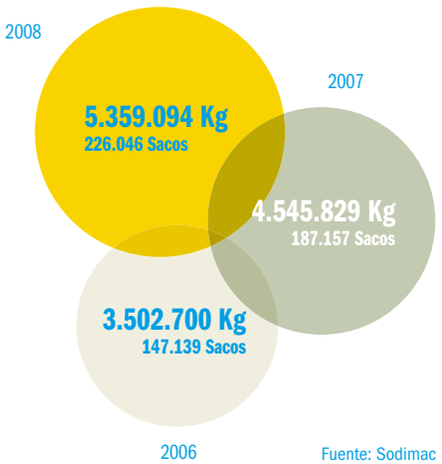
Trabajamos porque nuestra leña tenga un contenido de humedad inferior al 25%, lo que garantiza mayor eficiencia en la combustión, permite ahorrar en volumen y reduce la contaminación medioambiental.

Además procuramos un dimensionado estandarizado de la leña para la optimización del espacio y el uso en cualquiera de nuestros calefactores.

Este año hemos intensificado los controles mediante inspecciones en origen, es decir, se revisan los despachos de productos en las instalaciones del proveedor antes de ser enviados a las tiendas.

Además, durante el 2008, hemos dado inicio a un Programa de Desarrollo de Proveedores de Leña (PDP) en conjunto con la CORFO, programa que busca mejorar las condiciones, conocimientos y habilidades de manejo de bosques y leña, cumplimiento de estándares legales, laborales y de responsabilidad social para los proveedores de leña de Sodimac.

VENTAS TOTALES DE LEÑA



Fuente: Sodimac

INSPECCIONES A PROVEEDORES DE LEÑA

	2006	2007	2008
Universo de Proveedores	10	12	13
Proveedores Inspeccionados	9 (90%)	10 (75%)	11 (85%)
Inspecciones Realizadas	38	93	88

RESULTADO DE INSPECCIONES DE LEÑA

	2006	2007	2008
Aprobado	32	51	31
Rechazado CON despacho	1	31	36
Rechazado SIN despacho	5	11	21
Total de Inspecciones	38	93	88

REVISIONES PRODUCTOS DE MADERA 2008

% de Cajas	100
Nº de Pallet	1.050
Nº de Contenedores	60
Nº de Cajas de Cerámica	50.308

Fuente: Sodimac

Campañas de Ahorro de Energía

Quisimos avanzar en esta sensible problemática del país por lo que hemos impulsado importantes iniciativas relacionadas con al ahorro y la eficiencia energética.

Esto se refleja en nuestra participación en la "Mesa de Trabajo del Retail para la Eficiencia Energética" y en el apoyo a diferentes campañas masivas impulsadas por el Programa País de Eficiencia Energética (PPEE.).

Impulsamos y apoyamos la iniciativa del Comercio y centros comerciales para ahorrar un 7% del consumo energético del sector, suscribiendo el "Protocolo de Ahorro y Eficiencia Energética".

Por tal razón, y buscando mantener una buena atención a nuestros clientes, disminuimos los niveles de iluminación en estacionamientos, bajamos las horas en alumbramiento de fachadas y letreros publicitarios y restringimos el funcionamiento de la climatización en ciertos horarios, entre otras medidas.

Según los informes emanados desde la propia Comisión Nacional de Energía y el PPEE., esta iniciativa logró superar la meta establecida, logrando un ahorro aproximado del 10%.

Gestión de Nuestros Consumos de Energía
Nuestros compromisos para lograr mayores grados de eficiencia energética y ahorro los hemos alcanzado con mediciones, controles, verificaciones y establecimiento de metas en los aspectos relacionados con nuestros consumos de energía.

Centrados en estos aspectos, hemos desarrollado variados esfuerzos, entre los que podemos destacar:

Programa de Ahorro Energético
Iniciativa implementada entre 2007 y 2008 con el objetivo de disminuir los consumos de energía y que permitió ahorrar 8.260 Mwh., equivalente a $415 millones.

El programa incluyó:
- Creación de procedimientos internos en cada tienda para el control de iluminación; esto implicó apagar luces y aprovechar la iluminación natural a través de ventanales o tragaluces y apagado de luminarias durante la noche en sectores no destinados a la venta.

Sodimac suscribe el Protocolo de Ahorro y Eficiencia Energética

- Implementación de sistemas de control automático en la operación de los equipos de climatización e iluminación en 35 tiendas ubicadas a lo largo del país. La programación de estos sistemas es determinada por Sodimac, mientras que su operación y supervisión son realizadas por una empresa externa.

Acuerdo con Chilectra
Adicional al sistema de control de iluminación, Sodimac generó en 2006 un acuerdo con Chilectra que permite descolgarnos del sistema de energía en las horas punta, durante algunos días en período de invierno. Esta iniciativa generó en 2008 un ahorro del 8% en la facturación total realizada por estas tiendas, equivalente a 3.940 Mwh, ahorrando $197 millones.

Este acuerdo con Chilectra fue posible gracias a que Sodimac cuenta con 16 generadores a base de petróleo y con tecnología avanzada, dispuestos en nuestras tiendas de la Región Metropolitana y que, en conjunto, generan 960.000 Kwh, con un consumo de total de 190 M3 de petróleo.

En 2008, también hemos generado los esfuerzos para obtener las mediciones de consumo de electricidad en 50 tiendas a lo largo del país, con un total de 91.900 Mwh. Esperamos al año 2009 aumentar el número de tiendas reportadas a 58 y con ello, mejorar nuestros sistemas de control y seguimiento interno.

Compromiso con el Medio Ambiente

Sodimac cuenta con un programa de eliminación para sus residuos sólidos y líquidos producidos por la operación de sus tiendas.

Eliminación de Residuos Industriales Peligrosos
El proceso consiste en la eliminación de baterías usadas, tubos fluorescentes, tarros de pinturas vacíos, envases de solventes, aceites y residuos sólidos contaminados con hidrocarburos, los que son acopiados y almacenados en contenedores plásticos debidamente rotulados.

El promedio mensual de residuos sólidos y líquidos peligrosos que se eliminan al mes alcanza a 3.770 kilos.

Anualmente se eliminan un total de 45.240 kilos (45 Toneladas) de Residuos Sólidos y Líquidos Peligrosos. Actualmente, tenemos 29 tiendas con proceso de retiro. Nuestra meta para el 2009 es aumentar la cobertura a 46 instalaciones, entre tiendas y centros de distribución.

Equipos de Derrame en Tiendas
Cada una de las tiendas cuenta con equipos de derrame, distribuidos en las áreas donde se almacenan productos químicos, permitiendo controlar y contener adecuadamente el producto. Además, se cuenta con un POE (Procedimiento Operacional Estándar) de Materiales Peligrosos.

El retiro de estos productos lo realiza una empresa externa, debidamente certificada para el transporte de residuos peligrosos, su calificación ambiental y trasladando de todos los residuos hacia la planta de disposición final.

En la planta se realiza un proceso de inertización para todos aquellos residuos que no son recuperables o valorizables. Posteriormente se aplica una técnica de estabilización para reducir potenciales peligros y finalmente se encapsula en celdas de alta seguridad.

PROMEDIO POR TIENDA
RESIDUOS SÓLIDOS Y LÍQUIDOS PELIGROSOS

Residuo Peligroso	Cantidad
Tubos Fluorescentes	20 kilos /mes
Tarros con pintura	70 kilos
Baterías	2 unidades /mes
Solventes	20 kilos /mes
Aceite Lubricante Usado	1 Litro/mes
Sólidos Contaminados con Hidrocarburos	20 kilos
Total	**130 kilos / mes**

Fuente: Sodimac

Control de Emisiones a la Capa de Ozono
Sodimac también se ha preocupado del cumplimiento legal y control de las emisiones de sustancias que destruyen la capa de Ozono. Tema que nos toca directamente, debido a que nuestra empresa cuenta con una serie de equipos de climatización dispuestos en cada una de la tiendas.

Para esto, hemos desarrollado un programa de revisión, reconversión y mantención de equipos de climatización, por medio del cual, todos los equipos instalados antes de 2008 y que utilizan gas Freón 22, deben ser sometidos a revisiones mensuales para detectar y corregir cualquier fuga. Por otra parte, todos los equipos instalados a partir de 2008 en adelante, usan como medio refrigerante el componente R407 o R410, que cumplen con la normativa y estándares exigidos por el Sesma en materia de sustancias que no dañan la capa de ozono.

SISTEMA DE CLIMATIZACIÓN EN TIENDAS SODIMAC

	2006	2007	2008
Nº Tiendas con Freón 22	40	45	50
Nº Tiendas con R407 ó C410	-	-	6

Fuente: Sodimac

> RECUADRO

Materiales de los equipos de derrame:

- Basurero Plástico
- Guantes de PVC para Químicos
- Cal Apagada
- Botas de Goma
- Delantal Plástico
- Anteojos de Seguridad
- Mascarilla doble vía c/ Filtro P-100
- Material Absorbente
- Bolsas de Basura
- Detergente Suave
- Escoba
- Etiquetas y Marcadores
- Pala Metálica
- Balde Metálico con Arena

Iniciativas para el Cuidado del Medio Ambiente

La Compañía ha desarrollado otra serie de estrategias internas y externas que apuntan al cuidado del Medio Ambiente. Entre ellas se destacan las siguientes:

-Reciclaje de Residuos Electrónicos
-Reciclaje de Residuos no peligrosos
-Bolsas Plásticas Degradables

Reciclaje de Residuos Electrónicos
Considerando que actualmente el volumen de la basura electrónica representa el 5% del total de la basura en el mundo, Sodimac ha mantenido por segundo año consecutivo, su política de reciclaje de residuos electrónicos realizado a través de RECYCLA.

Al año 2008, se han reciclado 20.932 kilos de residuos electrónicos en la empresa; generando además del impacto ambiental, un impacto social indirecto al brindar 352 horas de trabajo al Programa de Reciclaje que posee la empresa Recycla para la reinserción laboral de personas que han estado en la cárcel.

IMPACTO SOCIAL	HORAS
Horas laborales a personal del Programa Reciclaje Social	352

RECICLAJE DE RESIDUOS ELECTRÓNICOS	KG
Total Residuos Electrónicos 2007	995
Total Residuos Electrónicos 2008	20.932
Total KG	21.927
Total TN	22

IMPACTO AMBIENTAL	%	KG
Metales Ferrosos	44,5%	9.762
Metales No Ferrosos	2,1%	460
Plásticos	43,1%	9.444
Vidrio	1,3%	292
Materiales Mezclados con plásticos	0,6%	126
Cables	0,2%	48
Tarjetas Electrónicas (circuitos)	0,2%	41
Otros	0,2%	34
Elementos peligrosos	7,8%	1.712
Total	100,0%	21.919

Fuente: Recycla

Reciclaje de Residuos No Peligrosos: Papel y Cartón
Sodimac también ha expresado su responsabilidad y compromiso con el medio ambiente a través de la implementación de programas de reciclaje al interior de la compañía. En 2005 se inició el Plan de Reciclaje de Papel y Cartón en alianza con Sociedad Recuperadora de Papel (SOREPA). Esta iniciativa comenzó en 21 puntos de venta a nivel nacional y los dineros recaudados se destinan a iniciativas internas como son:

- Ayuda para Casos Sociales
- Apoyo a Actividades Culturales
- Apoyo a Actividades Deportivas
- Apoyo en la Implementación de Salas de Descanso de Tiendas
- Apoyo en la Celebración de Días Especiales

Gracias a la conciencia y el entusiasmo creado entre los trabajadores, en 2008 las actividades se han podido mantener y el reciclaje de estos residuos aumentó a 3.394.842 kilos.

RECICLAJE DE PAPEL Y CARTÓN (KG)

MES	2006	2007	2008
TOTAL	3.020.224	3.249.717	3.394.842

Fuente: Sodimac

Bolsas Plásticas Degradables
Sodimac mantiene su compromiso con el cuidado del medioambiente y el fomento de un desarrollo sustentable y compatible con el medio ambiente, manteniendo su programa de adquisiciones y compra de bolsas degradables.

El proceso de degradación de estas bolsas introducidas por Sodimac el 2007, es de 1 a 2 años; en comparación con las bolsas tradicionales, cuya degradación se produce en un promedio de 300 años.

En Sodimac utilizamos anualmente un promedio equivalentes a 70 millones de unidades en nuestras tiendas de todo el país.

CONSUMO DE BOLSAS SODIMAC

Año	Unidades	Toneladas
2007	50.000.000	740
2008	70.808.000	1.045

Fuente: Sodimac

Primera Tienda Ecológica de Sodimac

Sodimac ha dado un gran paso en su compromiso medioambiental, incorporando estándares internacionales en la construcción de la primera tienda de retail autosustentable energéticamente de Chile y Latinoamérica.

Su diseño y construcción fue pensado para generar un mínimo impacto medioambiental y el máximo ahorro de energía. Cuenta con equipamientos de última generación que responden a las exigencias de la certificación internacional Leardership in Energy and Environmental Desing (LEED) que otorga el Consejo de Edificios Verdes de EE. UU (USGBC).

Esta tienda se encuentra ubicada en la ciudad de Copiapó, en una superficie total construida de 11.350 m2. y entre sus características y equipamiento es posible mencionar que cuenta con:

- 45 paneles solares
- 100% ahorro de energía en verano
- 75% ahorro de energía en invierno
- 3.553 m² de área de jardines con flora nativa
- 33 unidades de equipos humidificadores
- 6 Lucarnas (facilitan la luminosidad y ventilación)
- 109,62 m² de ventanas en la sala de ventas

Eficiencia en el Uso de la Energía

Al ser concebida desde sus inicios como una tienda ecológica, el equipo de arquitectos enfrentó el desafío de incorporar un diseño y equipamiento sofisticado, pero al mismo tiempo de gran simpleza en su funcionamiento; optimizando el uso de la energía en combinación con un aprovechamiento inteligente de las características del entorno.

Principales Características
Tienda Homecenter Copiapó:

Sistema de revestimiento de exteriores con un alto porcentaje de aislamiento térmico para reducir el calor al interior del edificio.

El uso de pilares de hormigón prefabricado y estructura metálica en la cubierta, entre otras características técnicas, permiten mantener el clima interior de la tienda producido por equipos humidificadores.

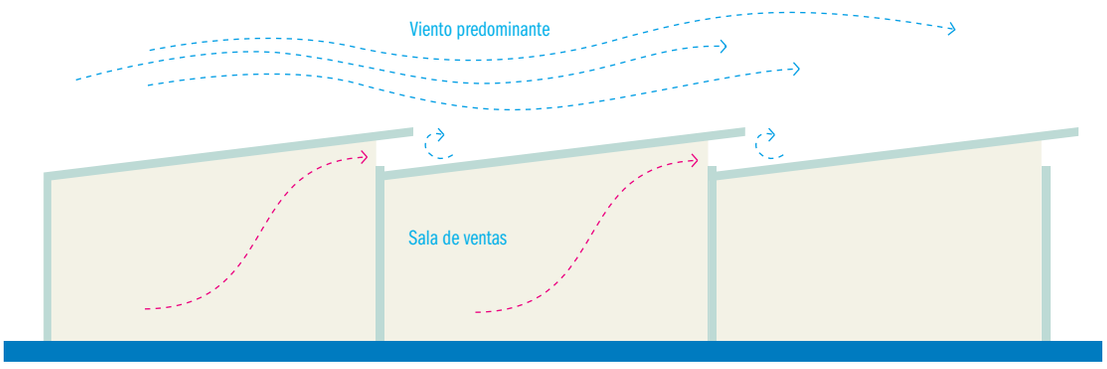
Un sistema de censores regulan la intensidad y uso de luz artificial interna y externa del edificio.

Posee un sistema de 33 equipos humidificadores a base de agua que permiten enfriar la tienda con un mínimo impacto medioambiental a diferencia de los equipos de aire acondicionado tradicionales.

Un conjunto de 45 paneles solares permiten calentar el agua que será usada en duchas y cocina.

Una orientación estratégica para un mejor aprovechamiento de la luz solar.

SISTEMA DE AHORRO DE ENERGÍA HOMECENTER COPIAPÓ



Homecenter Copiapó

33

Equipos Humidificadores

45

Paneles Solares

3.553 m²

Jardines con Flora Nativa

Adicionalmente cuenta con un conjunto de aleros y "tragaluces" que facilitan el ingreso de la luz natural durante al menos 5 horas al día, permitiendo mantener un 90% de la iluminación artificial apagada.

Otro aspecto destacable es el proyecto de paisajismo que considera la incorporación de especies nativas y autosustentables, propio de las características de la región y cuya mantención requiere un uso mínimo de recursos hídricos.

Este conjunto de características permitirán el funcionamiento de esta tienda piloto en mayor armonía con el medioambiente, bajando en un porcentaje importante sus costos de operación. Al mismo tiempo aquellos aspectos replicables, serán incorporados en la construcción y remodelación de otras tiendas, considerando las posibilidades que brinda la ubicación geográfica y el aprovechamiento de las ventajas naturales.

Sistema de Iluminación de Eficiencia Energética, Homecenter Copiapó

Compromiso con la Comunidad

Compromiso con la Comunidad

GRI
4.12
EC8
S01

La Responsabilidad Social es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.

Bajo este prisma, hemos desarrollado diversas líneas de acción de Sodimac tendientes a favorecer a la comunidad en donde estamos insertos. Lo hacemos, procurando vincular las iniciativas sociales a la razón de ser de nuestra empresa: el desarrollo humano, la constructibilidad, la habitabilidad y la mejora de "la casa", en el amplio sentido de la palabra.

Círculo de Especialistas Sodimac (CES)

Proyecto Emblemático en ámbito de Negocios Inclusivos

Con el objetivo de fortalecer sus vínculos, además de entregar capacitación y estudios formales a los maestros especialistas y contratistas clientes de Sodimac Constructor, la empresa creó en 2005 el Círculo de Especialistas (CES), agrupación que hoy reúne a más de 140 mil socios, entre contratistas y especialistas de Arica a Punta Arenas.

El CES nace puesto que Sodimac detectó un grupo de clientes, maestros, especialistas y contratistas que necesitaban apoyo en lo referente a capacitación y estudios en los ámbitos donde éstos se desempeñaban laboralmente. Además, con esta iniciativa hemos potenciado un sentido de pertenencia y vinculación de estos maestros con nuestra empresa, ya que el Círculo de Especialistas es la primera entidad en reunir y potenciar este segmento de clientes.

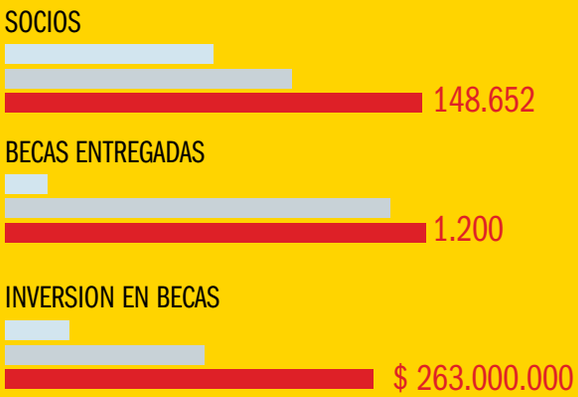
Sodimac, ha continuado por cuarto año consecutivo con su programa de becas a especialistas de la construcción, el cual ya ha entregado 2.500. Para ello el 2008 renovó la alianza con las universidades Santo Tomás, Silva Henríquez, y DuocUC, instituciones con las cuales se ha trabajado en conjunto desde el comienzo, permitiendo así un reconocimiento formal a la calificación que reciben los especialistas.

Los cursos que se imparten en el programa tienen directa relación con la mejora de habilidades y competencias de los maestros especialistas en áreas de: electricidad nivel 1 y 2; gasfitería nivel 1 y 2; soldadura; carpintería metálica; administración, planificación y dirección de una empresa; importancia de la Ley Laboral; Ley de Subcontratación, contratos y finiquitos; herramientas computacionales; técnicas de procesos contables (sueldos, costos, libros de contabilidad, balance, etc). Una vez finalizados los cursos, cada uno de los becados recibe un diploma que certifica los conocimientos y habilidades adquiridas, lo que les permitirá diferenciarse en el competitivo mercado moderno y potenciar sus capacidades emprendedoras.

La pertenencia al CES, implica no solo la posibilidad de acceder a los cursos formales y completos con becas. Además se ofrecen capacitaciones gratuitas en tienda; ferias de capacitación; visitas a fábrica; desayuno en tiendas; canje de puntos CMR en Catálogo de Especialistas, descuentos especiales en arriendo de herramientas y despacho a domicilio en zonas urbanas, además de la entrega de la Guía Maestra y la Agenda Sodimac Constructor, entre muchos otros beneficios.

BECAS Y ACTIVIDADES CÍRCULO DE ESPECIALISTAS SODIMAC (CES)

2006 2007 2008



Fuente: Sodimac

Sodimac renueva alianza con Universidades para la Capacitación de Socios CES

Círculo de Especialistas PRO

En 2008, se crea el CES PRO con el objetivo de diferenciar a los especialistas que mantienen mayores grados de fidelidad, lealtad y compromiso con nuestra marca.

Feria del Círculo de Especialistas Sodimac

Capacitaciones del Círculo de Especialistas Sodimac

Los especialistas PRO, obtienen beneficios exclusivos que están orientados a mejorar su gestión laboral. En esta línea, pueden postular a Becas que se han trabajado con las universidades Santo Tomás, DuocUC y el Decon de la Universidad Católica, instituciones que han diseñado cursos específicos para ellos.

Para mantener nuestra comunicación fluida, hemos desarrollado una página Web y la revista Contacto PRO que facilita el acceso a la información del programa y a las actividades. También, se han creado Centros de Negocios en nuestras tiendas, para realizar acciones propias de sus negocios como: cotizaciones, circulares y envío de presupuestos, entre otras.

Bolsa de Trabajo

La Bolsa de Trabajo constituye una herramienta que busca ofrecer contactos laborales para maestros y especialistas, hayan o no recibido algún tipo de formación por parte de Sodimac en el ámbito de la construcción y el mejoramiento del hogar.

Esta información se pone a disposición del público y se entrega a los interesados con el propósito de generar alternativas de elección adicionales en el mercado de maestros y especialistas; contribuyendo a orientar a nuestros clientes en la elección de un maestro, generando puentes y contactos que mejoran las posibilidades de empleabilidad de los participantes.

Son los mismos clientes quienes, por intermedio de un plataforma sistémica que ofrecemos en esta Bolsa de Trabajo, pueden hacer la evaluación y calificar su experiencia con cada uno de estos maestros especialistas. Lo anterior, de manera absolutamente transparente y sin injerencia directa de Sodimac.

El proyecto se ha iniciado en la Región Metropolitana, V y VI Región, proyectándose su aplicación en otras ciudades del país. A la fecha ya se han materializado trabajos, por intermedio de esta plataforma, para el 66% de los inscritos.

Hágalo Usted Mismo (HUM)

Talleres y Proyectos Comunitarios

Hágalo Usted Mismo (HUM), es uno de nuestros programas emblemáticos en Sodimac que por más de una década, ha brindado asesoría a nuestros clientes en temas relacionados con el mejoramiento del hogar. Esto lo viene realizando con una excelente acogida del público, a través de diferentes medios de comunicación como son la televisión, revistas y nuestro sitio web.

Debido a su notable éxito, hemos querido dar un paso más, incorporando a nuevos sectores de la comunidad, especialmente las más vulnerables, que hasta hace poco, no contaban con un acceso directo a nuestros productos y asesorías.

Desde 2007 se inicia un programa anual de talleres y proyectos sociales en distintas comunas de la Región Metropolitana, con el objetivo de apoyar el mejoramiento de la calidad de vida de las familias de los sectores más vulnerables económicamente. El objetivo es apoyarlos en sus proyectos para el mejoramiento de sus viviendas y barrios.

El 2008, se realizaron 155 talleres con la participación de más de 1.800 personas en temáticas como cerámica, pintura, electricidad, jardinería, madera y plomería. Estos talleres, se realizaron en centros comunitarios y tuvieron una duración de 8 horas, distribuidos en dos módulos cada uno.

Con estos talleres, el HUM busca cumplir los siguientes objetivos:

- Entregar herramientas sociales a las personas para diagnosticar y gestionar proyectos de mejoramiento de su vivienda y barrio.
- Entregar competencias para la evaluación, planeación y presupuesto de proyectos de mejoramientos de la vivienda en temas específicos.
- Entregar teoría y práctica para el proyecto de cada alumno en el tema particular del taller.
- Valorización de Sodimac como un buen ciudadano corporativo en sectores donde se encuentran nuestras tiendas.

Proyectos Comunitarios

Esta iniciativa, incluye además, la posibilidad de que aquellas personas que participaron en los talleres, puedan postular a un proyecto a nivel comunitario. Esto permite potenciar el trabajo teórico/práctico de los talleres, apoyar la autogestión del proyecto comunitario propuesto por los mismos vecinos, generando una externalidad positiva que es ayudar a su barrio.

FLUJO DEL PROGRAMA HÁGALO USTED MISMO (HUM)

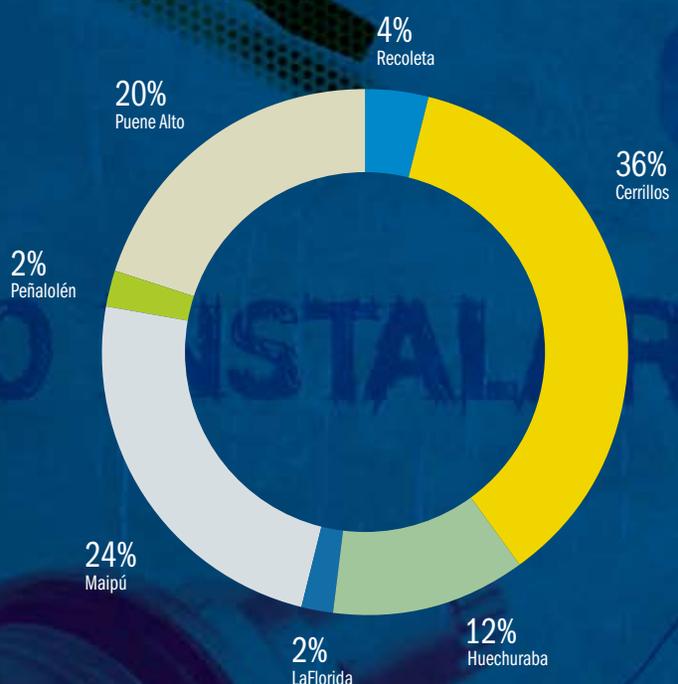
1	Talleres para Mejorar el Hogar	>	Mejorar la calidad de vida de familias vulnerables económicamente, apoyando el mejoramiento de su vivienda y barrio.
2	Proyectos Comunitarios	>	Proyectos específicos que surjan de los talleres y que beneficien a la comunidad en general.
3	Plan de Medios Locales	>	Programas radiales que entregan información complementaria

PROYECTOS HAGALO USTED MISMO POR COMUNA

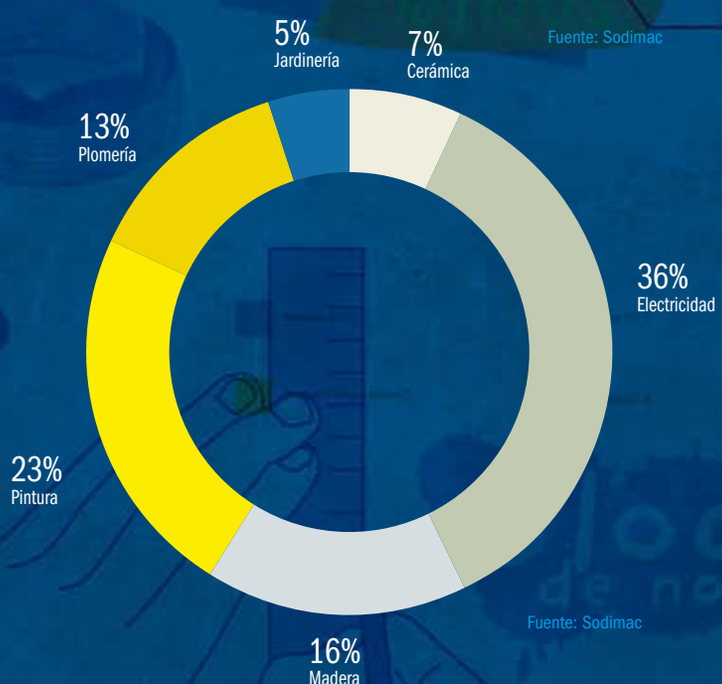
Cantidad de proyectos: 48
Cantidad de programas radiales: 40

TALLERES 2008 POR COMUNA

Cantidad de Talleres: 155
Comunas: 7



TEMAS TALLERES PARA EL HOGAR



Fuente: Sodimac

Fuente: Sodimac

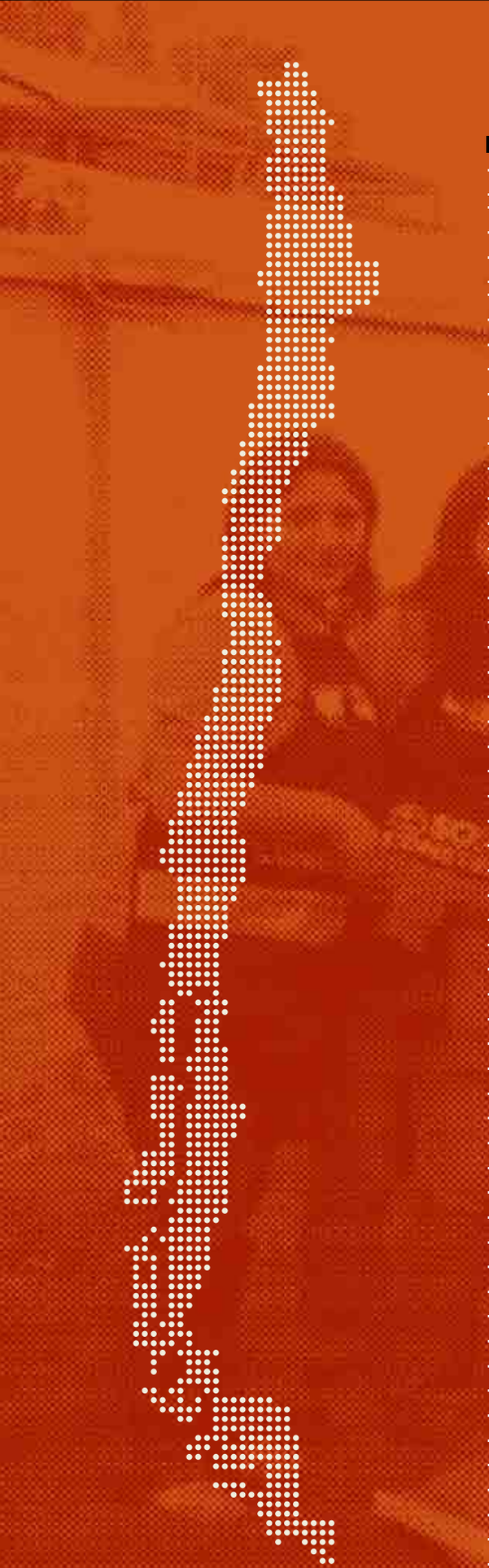
Plan Buen Vecino Sodimac En Acción

Hace dos años que Sodimac viene desarrollando acciones de apoyo a proyectos sociales en favor la comunidad local, cada tienda postula a fondos de Responsabilidad Social para desarrollar sus proyectos. Estos cuentan con la participación activa de nuestros trabajadores y sus familias.

Trabajadores del Constructor Ñuñoa en Fundación Mi Casa

El objetivo de nuestra empresa es apoyar a las comunidades en donde estamos insertos y tener un sistema de voluntariado corporativo formado por trabajadores promovidos por la empresa y motivados por sus deseos de ofrecer su tiempo y conocimientos. Los equipos de trabajo son coordinados e implementados en las tiendas por el Departamento de Bienestar, quienes con estas iniciativas buscan fortalecer el trabajo en equipo, el compromiso y el orgullo de pertenecer a la empresa.

Durante el 2008, se realizaron 41 proyectos sociales en comparación a los 19 proyectos del 2007, participando 46 tiendas a lo largo del país, incluidas las Oficinas de Apoyo y Centros de Distribución.



Tiendas participantes en Plan Buen Vecino- Sodimac en Acción 2008

REGIÓN	CC	SUCURSAL	INSTITUCIÓN BENEFICIADA
I	11	Hc Iquique	Jardín Infantil “Semilla de Cristo”
II	5	Hc Antofagasta	Centro de la Mujer “Crecer Juntos”
	40	Co Antofagasta	
	27	Hc Calama	Fundación María Dignifica
III	57	Hc Copiapo	Jardín Infantil Juan Pablo II (Fundación Integra)
	60	Co Vallenar	Departamento de Cultura y Ciudad Educadora
IV	39	Hc La Serena	Congregación Hermanitas de los Ancianos Desamparados
	98	Hc Coquimbo	Junta de Vecinos 2 “Carlos Darwin y Miramar”
V	97	Co Reñaca	Jardín Infantil “Pantera Rosa”
	20	Hc Viña del Mar	
	4	Hc La Calera	Corporación de Amigos de la Casa de la Cultura
	16	Hc San Felipe	Colocación Familiar
	90	Hc El Belloto	Parroquia “El Sol”
	29	Co Vaparaíso	Teletón
	3	Co Viña del Mar	Institución de Menores
VII	35	Hc Curicó	Centro de Rehabilitación y Capacitación Santa Fe
	55	Hc Linares	Escuela Chile de Linares
VIII	81	Hc Pza Concepcion	Centro Residencial para Lactantes y Pre Escolares Tupahue
	2	Hc Los Carrera	Congregación “Hermanitas de los Pobres”
	15	Bodega Coronel	
	30	Co Talcahuano	Centro Residencial “Carlos Macera”
	51	Hc Chillan	CONIN
	93	Hc El Trébol	Jardín Infantil Juan Pablo II (Fundación Integra)
IX	28	Hc Temuco Caupolican	Teletón (Progama ABRE), Sociedad Pro Ayuda del Niño Lisiado
	44	Hc Temuco Cautín	
	59	Hc Villarrica	Jardín Infantil “Los Volcanes”
X	7	Hc Osorno	Escuela Rural Ñancuán
	13	Co Castro	Hogar de Cristo
	41	Hc Pto Montt	Jardín Infantil “Arcoiris”
XI	37	Hc Coyhaique	Agrupación Cultural y Social Sta. Teresita
XII	24	Hc Punta Arenas	Corporación de Rehabilitación Club de Leones “Cruz del Sur”
RM	1	Oficina de Apoyo	Teletón (Programa Abre)
	25	Co Ñuñoa	Fundación Mi Casa
	34	Hc Las Condes	Jardín Infantil “El Sauce”
	21	Co Cantagallo	
	42	Hc La Florida	Parroquia “San Francisco de Borja”
	54	Hc Nueva La Florida	Jardín Infantil “Rosa O´Higgins”
	66	Hc Ñuble	Jardín infantil “Sol Naciente”
	75	Hc Pte Alto	Jardín Infantil “Pichiche Ruka”
	63	Hc Huechuraba	Jardin Infantil “Sargento Candelaria”
	87	Co Huechuraba	Sala Cuna y Jardín Infantil “Quillaicito”
	65	Co La Florida	
	95	Hc Pza Vespucio	Escuela Especial Antobel
	96	Hc Cerrillos	Escuela Hernán Olguín Maibee
	12	Hc San Miguel	Guardería Infantil Municipalidad San Miguel
XIV	19	Hc Valdivia	Hogar San Antonio

Co: Sodimac Constructor. Hc: Homecenter Sodimac

Fuente: Sodimac

Firma de Acuerdo de Colaboración con Un Techo para Chile

Fundación Nuestros Hijos

Desde hace más de 6 años Sodimac apadrina a la Fundación Nuestros Hijos con la que hemos tenido una estrecha vinculación desde sus orígenes.

El 2008, nuevamente realizamos la campaña "Ayudar es fácil: pide el vuelto" a través de la cual ponemos nuestra logística y puntos de venta a disposición de la Fundación, incentivando a nuestros cajeros y cajeras a pedir a nuestros clientes que donen parte de su vuelto cada vez que compren en nuestras tiendas. La meta propuesta por la Fundación para este año, era alcanzar los $300 millones, cifra que superamos en más de un 50% en comparación a lo entregado el 2007.

Además, en el último tiempo quisimos ofrecer la posibilidad a todos los trabajadores de sumarse a este esfuerzo conjunto. Para ello lanzamos la campaña "Hazte Socio de la Fundación" y también la posibilidad de que nuestros trabajadores pudieran participar en las iniciativas navideñas que promueve nuestro Departamento de Bienestar para la Fundación. De esta forma todos podemos ir en ayuda de estos niños y sus familias para luchar contra esa delicada y costosa enfermedad, contribuyendo a sanar y mejorar su calidad de vida.

CAMPAÑA PIDE EL VUELTO

2006 $81.061.405

2007 $206.844.129

2008 $313.692.350

Un Techo para Chile

Sodimac y Un Techo Para Chile firmaron un amplio acuerdo de colaboración estrategica, con el propósito de alcanzar la meta bicentenario que se ha autoimpuesto la fundación de erradicar los campamentos y que todos los chilenos tengan un techo digno al 2010.

A partir de este acuerdo, Sodimac apoyará con recursos humanos y financieros al Techo Para Chile; se convertirá en el proveedor oficial de Un Techo para Chile, entregando precios especiales y preferenciales en los materiales que requiera; además de entregar asesoría en técnicas de construcción y el apoyo logístico para disminuir los costos de distribución de materiales en las distintas puntos del país.

Igualmente, la empresa, a través de su área Hágalo Usted Mismo, prestará asesorías a las familias que ya tienen una vivienda definitiva y han pasado "del campamento al barrio", para que puedan mejorar y mantener su nuevo hogar.

APORTES SODIMAC

	2007	2008
Campaña Pide el Vuelto	$ 206.844.129	$ 313.692.350
Campaña Hazte Socio	$ 9.967.200	$ 29.563.000
Tarjetas de Navidad	$ 2.900.000	$ 2.500.000
Regalos de Navidad	$ 5.401.696	$ 7.875.000
Auspicio Campeonato de Golf	$ 1.800.000	$ 1.800.000
Total Sodimac	**$ 226.913.025**	**$ 355.430.350**

Fuente: Sodimac

Teletón

Por tercer año consecutivo Sodimac colaboró con la campaña de la Teletón, lo que permitió superar todos los pronósticos establecidos.

Nuestra clave es incorporar la cruzada de la Teletón al conjunto de nuestra empresa, dando cabida e impulsando las iniciativas de nuestros trabajadores en favor de esta causa.

En tiendas, oficinas de apoyo y centros de distribución se realizó una gran cantidad de actividades, en las cuales los trabajadores aportaron su creatividad, ingenio y alegría para ir en ayuda de esta obra solidaria.

Gracias al esfuerzo y dedicación que pusieron en las diversas actividades que se hicieron y al compromiso de la empresa de donar $1.000 por cada persona que trabaja en Sodimac, el aporte de los trabajadores ascendió este año a $107.662.626, lo que sin duda nos llenó de alegría y orgullo.

Adicionalmente a lo anterior, Sodimac continúa en la generación de más puestos de trabajos para las personas con discapacidad. Nuestros voluntarios participan activamente en el Programa Abre, por el cual se busca superar condiciones deficientes de los hogares y lograr mayor independencia e integración de las personas discapacitadas.

APORTES SODIMAC

	2006	2007	2008
Aporte Trabajadores	$ 23.330.796	$ 44.959.703	$ 107.662.626
Aporte Empresa	$ 201.330.796	$ 320.000.000	$ 400.662.626

Fuente: Sodimac

Fundación TACAL

Sodimac ha continuado apoyando a la Fundación Tacal para que jóvenes con algún tipo de discapacidad, sea física o mental, puedan integrarse de buena manera al mundo laboral.

El 2008, apoyamos el curso de Asistente de Clasificación y Envasado implantado por la Fundación. Este curso fue aprobado por 28 jóvenes, nueve de ellos realizaron su práctica profesional en alguna tienda de Sodimac, entre las que se cuentan Homecenter La Florida, Homecenter Parque Arauco, Constructor Huechuraba, Homecenter Huechuraba y Homecenter Las Condes.

En la emotiva graduación de los adolescentes, nuestra empresa fue destacada por el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) por su importante aporte en la inserción laboral de estos jóvenes.

En la actualidad, seis de ellos son parte de nuestra compañía, engrosando la lista de 64 discapacitados que Sodimac está apoyando al permitirles ser uno más de nuestros trabajadores. Esperamos que en un futuro cercano más estudiantes de la Fundación puedan integrarse a nuestra empresa.

Teatro del Puente

Como una forma de colaborar con la comunidad y por solicitud del Centro Cultural del Puente y la Municipalidad de Santiago, Sodimac aceptó el desafío de aportar en la recuperación del “Puente García Huidobro”, proyecto inédito para nuestra empresa, puesto que primera vez se realizaba un trabajo de restauración patrimonial de esta envergadura.

Declarado Monumento Histórico Nacional en julio de 1997, el puente, que alberga el teatro del mismo nombre, cambió su fisonomía gracias al intenso trabajo realizado por distintas áreas de la empresa.

Este puente, único espacio similar que alberga un centro cultural, se encuentra hoy perfectamente remozado, después de un importante proceso de refacción, lo que permite entregar a la comunidad una instancia más para acceder a la cultura.

COLABORACIÓN

$37.733.085

Glosario

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.

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.

Código de Ética

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 Ética son voluntarios, adoptados como parte del compromiso de responsabilidad social de la empresa. Los Códigos de Ética 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 de Liderazgo Gerencial (DLG)

Programa desarrollado por la Escuela de Excelencia Sodimac, orientado a potenciar a los Gerentes y Subgerentes de todas las tiendas del país y que entrega mayores y mejores herramientas de gestión para el desarrollo del negocio. Las áreas de formación son esencialmente en identificación del Rol y Acuerdo e identificación de Competencias. Los talleres tienen una duración de tres días y son realizados por un equipo de consultores, además cuenta con el respaldo y experiencia de Harvard Business Review.

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).

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.

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.

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.

ISO 26000

Normativa desarrollada por la Organización Internacional de Estandarización (ISO), también conocida como Norma de Responsabilidad Social y cuyo proceso se encuentra en su etapa final. En su elaboración han participado los públicos de interés representativos de todas las áreas sociales, sectores productivos, comerciales e industriales a nivel internacional. A través de la implementación de Comités Espejos, países de todos los continentes, entre ellos Chile, han tenido la oportunidad de revisar, analizar y enviar sus opiniones y sugerencias al Grupo de Trabajo Central, quienes han considerado e incluido estas evaluaciones. El objetivo de esta norma es generar un acuerdo base que genere una ruta clara en la gestión responsable de

las organizaciones a nivel mundial, contribuyendo así en la construcción de un mundo más sostenible. ISO es una Organización privada, sin fines de lucro establecida en 1947 (Ginebra, Suiza) que promueve el desarrollo de normas internacionales y voluntarias. Colabora a nivel mundial con diferentes instituciones y posee 157 países miembros.

Reporte o Memoriade 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, entrono laboral, derechos humanos, medio ambiente y comunidad. A diferencia de lo que sucede en el ámbito del diseño e implementación de sistemas de gestión en Responsabilidad Social, en el ámbito de la comunicación sobre sustentabilidad, sí existe un estándar globalmente aceptado: el elaborado por el Global Reporting Initiative (GRI), que es admitido internacionalmente por empresas de todo tamaño y sector para la elaboración de sus informes.

Niveles de Aplicación del GRI-3

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 o también denominado G-3. 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).

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 (RS)

La responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético que:

·Contribuya al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar general de la sociedad;

·Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;

·Esté en cumplimiento con la legislación aplicable y sea consistente con normas internacionales de comportamiento;

·Esté integrada a través de toda la organización y sus relaciones.

NOTA 1: Actividades incluye a productos y servicios

NOTA 2: Relaciones se refiere a las actividades de una organización dentro de su esfera de influencia.

NOTA 3: Definición extraída del Glosario de la Guía ISO 26000 versión WD4.2, junio 2008 de Responsabilidad Social.

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, 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.

Indicadores Global Reporting Initiative (GRI-3) Reporte de Sostenibilidad Sodimac 2008

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	
1.1	Declaración de la dirección de la empresa.	6 y 7
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	7, 30, 40,41 y 42
2	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
2.1	Nombre de la organización.	4
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	32
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	28, 29 y 31
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	4
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas.	33
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	27, 28 y 31
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	27, 29 y 30
2.8	Dimensiones de la organización informante, incluido: · Número de empleados. · Ventas netas (para organizaciones del sector privado) o · Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto (para organizaciones del sector privado). · Cantidad de productos o servicios prestados.	37, 38 y 39
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Reporte en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	28, 29, 31, 33 y 34
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	22
3	PARÁMETROS DEL REPORTE	
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en el Reporte (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario).	6
3.2	Fecha del Reporte anterior más reciente (si la hubiere).	6 y 8
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	6 y 8
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al Reporte o su contenido.	4
	Alcance y cobertura del Reporte	
3.5	Proceso de definición del contenido del Reporte: materialidad, identificación de los grupos de interés, descripción sobre aplicación de las "Orientaciones para la definición del contenido del Reporte" y los principios asociados.	8
3.6	Cobertura del Reporte (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	8
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Reporte	8
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.	Al término de este Reporte Sodimac no cuenta con esta información. Nos comprometemos a generar avances en este indicador en próximos Reportes.
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes.	8
3-10	Descripción del efecto que pueda tener la reinterpretación de información perteneciente a memorias anteriores.	No se realiza reinterpretación.
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Reporte.	No se realizan cambios significativos.
	Indice del contenido del Reporte	
3-12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en el Reporte.	5
	Verificación	
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa del Reporte.	8
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.	44

Por segundo año consecutivo damos cuenta de nuestra gestión en Responsabilidad Social siguiendo los principios y metodología de la Iniciativa Global para Reportar en su tercera versión actualizada (Global Reporting Initiative, GRI-3), alineada con los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas. Este documento comprende el período entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2008. Hemos enviado este Reporte al GRI para una revisión y verificación formal en el cumplimiento de los indicadores, obteniendo el sello de aprobación Nivel A, calificación máxima en la elaboración de Reportes de Sostenibilidad. A continuación presentamos la Tabla de Contenidos e Indicadores con su nomenclatura y número de página.

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
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).	44
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	44
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	44
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).	44
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	44
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.	44
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.	44
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.	44

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
	COMPROMISO CON INICIATIVAS EXTERNAS	
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	6, 7, 45, 46, 47 y 48
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	10, 11, 12 y 13
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya	20
	PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	14, 15, 16, 17, 18 y 19
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	14
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.	8
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 del Reporte.	14, 15, 16 y 17

INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Enfoque de Gestión Económica	6, 7, 28, 30, 31, 33, 34, 37 y 38	
Desempeño Económico	EC1	C	Valor económico directo generado y distribuido.	38 y 39	
	EC2	C	Consecuencias financieras debido al cambio climático.	98 y 99	PM 7
	EC3	C	Cobertura de las obligaciones de la organización sobre planes de pensiones.	62 y 63	
	EC4	C	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	39	
Presencia en el Mercado	EC5	A	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	52	PM 6
	EC6	C	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	79	
	EC7	C	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local	73	
Impacto Económico Indirecto	EC8	C	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales.	30, 102, 103, 104 y 105	
	EC9	A	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	40, 41 y 42	

INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Enfoque de Gestión Ambiental	87, 94, 95 y 98	
Materiales	EN1	C	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Contamos con 70.000 productos en diferentes categorías, cuya información por materiales usados es difícil de determinar. Nos comprometemos en el próximo Reporte a presentar una tabla resúmen de nuestros principales productos por categorías y cantidades anuales adquiridas.	
	EN2	C	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Nuestra empresa no maneja información directa sobre materiales reciclados involucrados en la fabricación de los productos que comercializamos. En próximos reportes, levantaremos información directamente con nuestros proveedores a través del Curso de Producción Responsables.	PM 7-8
Energía	EN3	C	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	94	
	EN4	C	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	94	
	EN5	A	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	94	PM 7-8
	EN6	A	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas .	92 y 93	PM 7-8-9
	EN7	A	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	94, 98 y 100	

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL
Agua	EN8	C	Captación total de agua por fuentes.	No se reporta	
	EN9	A	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Sodimac no realiza usos significativos de agua	
	EN10	A	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Sodiamac no recicla ni reutiliza aguas. 98 y 100	PM 7-8
Biodiversidad	EN11	C	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	Las Tiendas Sodimac no se ubican en zonas protegidas. 98	PM 7-8
	EN12	C	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	Sodimac no genera impactos en la biodiversidad. 98	
	EN13	A	Hábitats protegidos o restaurados .	No aplica	PM 7-8
	EN14	A	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	98, 99 y 100	PM 7-8
	EN15	A	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales	94	PM 7-8
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN16	C	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	94	PM 7-8
	EN17	C	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	94	PM 7-8
	EN18	A	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	95	PM 7-8
	EN19	C	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	95	PM 7-8
	EN20	C	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	95	PM 7-8
	EN21	C	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	95	PM 7-8
	EN22	C	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	95	PM 7-8
	EN23	C	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	95	PM 7-8
	EN24	A	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea.	95	PM 7-8
	EN25	A	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante .	No aplica	PM 7-8
Productos y Servicios	EN26	C	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	92 y 93	PM 7-8
	EN27	C	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	No se reporta	PM 7-8
Cumplimiento Normativo	EN28	C	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Durante el año 2008 no se registraron multas ni sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental	PM 7-8
Transporte	EN29	A	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades	Sodimac no transporta materiales que puedan generar impactos ambientales significativos	PM 7-8
General	EN30	A	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	No se reporta	PM 7-8

INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Información sobre el Enfoque de Gestión	53, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 64, 65, 70 y 74	
Empleo	LA1	C	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	51	
	LA2	C	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	52	
	LA3	A	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	60, 61, 62, 63	
Relación Empresa Trabajadores	LA4	C	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	60	PM3
	LA5	C	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	72	PM3
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.	74	PM3
	LA7	A	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	75 y 76	
	LA8	C	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	60 y 74	
	LA9	C	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	60	PM3
Formación y Educación	LA10	C	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	64, 65 y 66	
	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.	65 y 66	
	LA12	A	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	70 y 71	
Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	C	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	73	PM6
	LA14	C	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	73	PM6

INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Información sobre el Enfoque de la Dirección	46, 47 y 48	
Prácticas de Inversión y Avastecimiento	HR1	C	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	79, 80 y 81	PM 1-2
	HR2	C	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	81	PM 1-2
	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.	46, 47 y 48	PM 1-2

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL
No Discriminación	HR4	C	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Sodimac no registra incidentes de discriminación al año 2008. 73	PM 1-2-6
Libertad de Asociación y Convenio Colectivo	HR5	C	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	72	PM 1-2-3
Explotación Infantil	HR6	C	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	46, 47 y 48	PM 1-2-5
Trabajos Forzados	HR7	C	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	46 y 72	PM 1-2-4
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.	47	PM 1-2
Derechos de los Indígenas	HR9	A	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No existen incidentes de esta naturaleza en la Empresa.	PM 1-2-6

INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE SOCIEDAD

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Información sobre el Enfoque de Gestión	102, 104 y 106	
Comunidad	SO1	C	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	102, 103, 104 y 106	PM 2
Corrupción	SO2	C	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	46	PM 10
	SO3	C	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	47	PM 10
	SO4	C	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	47	PM 10
Política Pública	SO5	C	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Sodimac participa en el intercambio de opiniones y enriquecimiento de normas legales propuestas, generalmente por intermedio de diferentes organizaciones detalladas en páginas 20 y 21	PM 1- 10
	SO6	A	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Como empresa, Sodimac no genera ningún tipo de aportaciones financieras o en especies a partidos o instituciones políticas.	PM 1- 10
Comportamiento de Competencia Desleal	SO7	A	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Durante el período cubierto por el Reporte, no se registran acciones de esta naturaleza.	PM 1- 10
Cumplimiento Normativo	SO8	C	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Al términos de este Reporte no hemos levantado la información monetaria que complemente la tabla de Multas y Sanciones publicada en el Capítulo Nuestros Clientes. Nos comprometemos a reportar este dato en nuestro Reporte 2009.	PM 1- 10

INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR PACTO GLOBAL
	DMA		Información sobre el Enfoque de la Dirección	86, 87 y 89	
Salud y Seguridad del Cliente	PR1	C	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.	87, 88, 92 y 93	PM 8
	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.	entre 103 y 104	PM 2 - 10
Etiquetado de Productos y Servicios	PR3	C	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.	86	PM 2 - 10
	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 .	entre 88 y 89	PM 2 - 10
	PR5	A	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	89 y 90	PM 2
Comunicaciones de Marketing	PR6	C	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios	86	PM 2 - 10
	PR7	A	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	entre 88 y 89	PM 2 - 10
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 .	La empresa no ha recibido reclamaciones por violación de la privacidad o fuga de datos personales de sus clientes, durante el 2008	PM 2 - 10
Cumplimiento Normativo	PR9	C	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.	Al términos de este Reporte no hemos levantado la información sobre los costos de Multas y Sanciones publicada en el Capítulo Nuestros Clientes. Nos comprometemos a reportar este dato en nuestro Reporte 2009.	PM 2 - 10

Cuestionario de Retroalimentación al Reporte de Sostenibilidad de Sodimac 2008

En Sodimac nos interesa su opinión

Creemos que la Sostenibilidad pasa por generar instancias y mecanismos de diálogo sinceros y transparentes con nuestros públicos de interés. Por esto, lo invitamos a responder el siguiente cuestionario de retroalimentación y enviarlo por correo o contestarlo directamente en nuestra página Web www.sodimac.cl/NE/rse.html

Para cualquier comentario o consulta, no dude en contactarnos:

Juan Carlos Corvalán
Gerente de Asuntos Legales y Responsabilidad Social
E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.
Coordinador de Responsabilidad Social
E-mail: purbina@sodimac.cl

Gerencia de Responsabilidad Social Empresarial
Av. Presidente Eduardo Frei Montalva 3092, Renca
Santiago de Chile

1. Público de Interés al que usted pertenece

____ Accionista
____ Empleados
____ Cliente
____ Proveedor / Contratista
____ Comunidad cercana a las Tiendas
____ Gobierno Regional / Local
____ Organización no Gubernamental
____ Medio de Comunicación
____ Académico / Estudiante
____ Otro

2. Califique de 1 a 5 los siguientes capítulos contenidos, donde 1: Nada Importante y 5: Muy Importante.

____ Mensaje Gerente General Corporativo' y Gerente General Sodimac Chile
____ Alcances del Reporte
____ Perfil de Sodimac
____ Desempeño Económico
____ Gobierno Corporativo y Ética en Sodimac
____ Nuestros Trabajadores
____ Nuestros Proveedores
____ Nuestros Clientes
____ Compromiso con el Medioambiente
____ Compromiso con la Comunidad
____ Indicadores GRI
____ Glosario
____ Cuestionario de Retroalimentación

3. Califique de 1 a 5 los siguientes aspectos del Reporte, donde 1: Muy malo y 5: Muy Bueno.

____ Presentación y Diseño
____ Organización y Distribución de Datos
____ Claridad y Orden de la Información
____ Extensión del Reporte
____ Utilidad de la Información
____ Credibilidad de la Información
____ Difusión del Reporte

4. Comentarios y Sugerencias

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Agradecemos a quienes trabajaron en el Reporte de Sostenibilidad Sodimac 2008

Gerencia de Finanzas
Fernando Valenzuela
Marco Flores

Gerencia de Operaciones
Osvaldo García
José Manuel González
Claudio Barria

Gerencia de Recursos Humanos
Sergio Dittborn
Verónica Verdugo
Susana Kehsler
Catherina Huerta
Isabel Paris
Claudia Fernández
Paulina Moreno
Marcela Morales
Rodrigo Pino
Sebastián Pérez
Carolina Bonizzoni
Angélica Muñoz
Carolina Fuenzalida
Luz María Contreras
M. Fernanda Baeza

Gerencia de Marketing
María Teresa Herrera
Carolina Auad
Javier Marambio
Ximena Núñez
Claudia Moller
Juan Cristóbal Schenke

Gerencia Comercial
Felipe Pesce
Carolina Peña y Lillo

Gerencia de Control de Calidad
Felipe Canales
Marcela Erazo

Contraloría
Nicolás Cerda
Manuel López
María Milagros

Gerencia de Prevención
Sergio Migliorini
Claudio Muñoz
Guillermo Osben
Rodrigo Herrera

Gerencia de Proyectos
Daniel Angulo
Kenneth Mena
René Tellez
Alejandra Angelotti

Gerencia de Asuntos Legales y RSE
Natalia González
Cristián Norero

SODIMAC®