



Hola, soy
GENZALO SEPÚLVEDA
y estoy aquí para
ayudarte en tus proyectos



**HOMECENTER
SODIMAC**
www.sodimac.com



Sodimac Chile

La innovación y la búsqueda de la excelencia marcaron la gestión 2012. Entre los hitos del año, estuvo la expansión del formato Homy y la creación del Centro de Innovación Sodimac.

Un período de numerosos logros

En 2012 Sodimac Chile abrió 7 tiendas nuevas, manteniendo una marcada preferencia de las personas y los especialistas en medio de la mayor actividad del sector construcción en el país. Por otro lado, la marca siguió destacándose en los rankings de posicionamiento y los índices de eficiencia operacional anotaron nuevos progresos. En resumen, un año excelente.

Las tiendas inauguradas en Chile durante 2012 fueron los homecenters de Tobaraba, Mirador Bío Bío, Talca Poniente, San Fernando y Alto Hospicio. A ellas se sumaron dos nuevos Homy y un moderno edificio corporativo, con lo que el total de tiendas en el país llegó a 67.

Este listado da cuenta de varios hitos: el Homecenter de San Fernando es el primero ubicado en esta ciudad, mientras que Talca sumó su segundo local y dentro del área Concepción-Talcahuano ya se cuenta con cinco tiendas. Ciertamente, la construcción e inauguración del moderno edificio corporativo también es un hecho digno de destacar, con el cual se dio respuesta a un antiguo anhelo de toda la organización.

Igualmente lo fue la expansión del formato Homy, con las aperturas de las tiendas ubicadas en los mall Plaza Oeste (comuna de Cerrillos) y Plaza Vespucio (La Florida), de aproximadamente de 4.350 m2 en promedio, comenzando la etapa de consolidación de un proyecto que partió en 2009 con una tienda como una experiencia piloto. Con Homy, Sodimac puede ampliar su oferta a nuevos segmentos de clientes que buscan diseño y decoración a valores asequibles.



“El esfuerzo que hicimos para brindar una oferta con un alto valor agregado fue reconocido por el mercado, que nos siguió dando su preferencia tanto a nivel de personas como de clientes empresas. En 2012 seguimos innovando para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, buscando a la vez la excelencia en cada área de la empresa”,

EDUARDO MIZÓN F., GERENTE GENERAL SODIMAC CHILE.



Índices históricos de productividad

El crecimiento de la compañía siguió siendo complementado con programas destinados a elevar los índices de eficiencia y productividad, obteniéndose mejoras sustanciales en indicadores tales como la venta per cápita mensual en tiendas (por trabajador, en horas equivalentes), en el cual se llegó al nivel más alto en toda la historia de Sodimac, reflejando un avance de 5% por sobre lo alcanzado el año anterior.

Innovar junto a los proveedores

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

Prueba de ello es que se inició la implementación operacional de un modelo diseñado para generar valor de manera sistemática, mediante la articulación de las capacidades propias de la empresa con las que posee la red de proveedores.

Entre los programas que se llevaron a cabo resalta el Centro de Innovación, una iniciativa lanzada a fines de año que busca sistematizar la innovación con los actuales proveedores, para encontrar negocios diferenciadores bajo el concepto de la co-creación. De esta manera, trabajando en conjunto se podrá llegar a ofrecer productos y servicios que satisfagan de una forma mucho más directa las necesidades de las personas.

La compañía tiene la convicción de que este modelo colaborativo comenzará a mostrar todo su potencial durante el curso de 2013.



Una gestión comercial flexible

El esfuerzo en cuanto a cobertura, eficiencia e innovación, así como la inversión que se realiza en el capital humano de la empresa, tiene como fin el entender más profundamente a los clientes, de forma tal que Sodimac pueda entregarles un mejor servicio, con una oferta más directa y focalizada.

Lo anterior derivó en que dentro de las aperturas efectuadas a lo largo de 2012 se contemplaran tiendas con un formato más pequeño, adecuado para atender las necesidades del público que habita en ciudades medianas. Estos locales, en todo caso, cuentan con todas las características y funcionalidades de las tiendas de mayor tamaño.

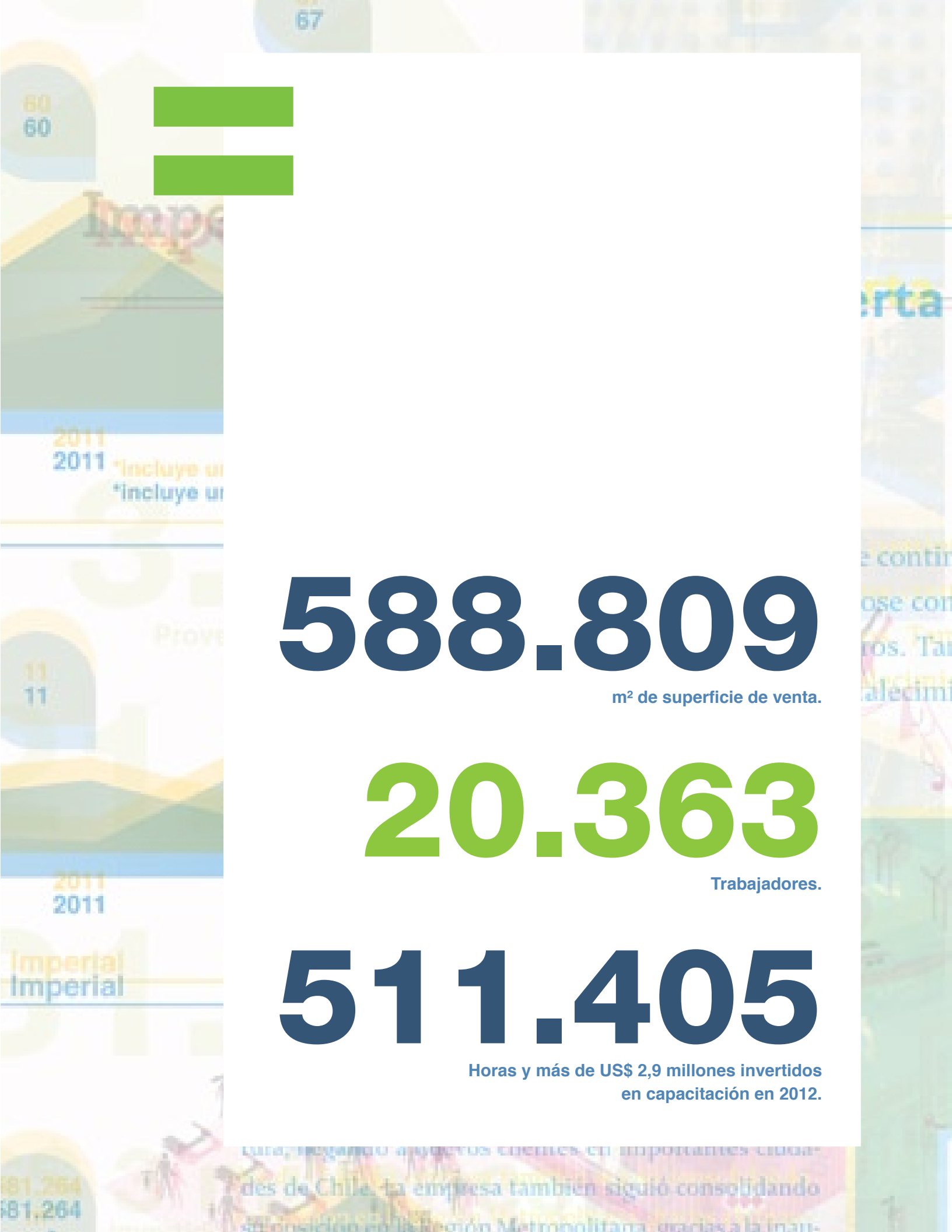
La oferta de marcas propias de Sodimac también fue materia de optimización, continuando con un proceso que comenzó en 2011 y que se enmarca en una estrategia regional.

Cabe recalcar los importantes avances durante el año en materia de comercio electrónico, luego de la implementación en 2011 de una nueva plataforma tec-

nológica que abarcó tanto a las operaciones de Chile como al resto de la región. La incorporación de nuevas funcionalidades y mejoras en la usabilidad del portal Sodimac, contribuyó a un aumento superior al 70% en las ventas online con respecto al año anterior. Este se transformó además en una importante vitrina, no sólo para dar una mayor visibilidad a la oferta comercial de la empresa, sino que también para asesorar a los clientes en la ejecución de sus proyectos e incrementar la cercanía con éstos.

Un aspecto igualmente relevante dentro de la gestión comercial de 2012 fue el impulso que se siguió dando al área de venta a empresas, mediante una estrategia de atención orientada a dar cada vez mejor solución a las necesidades tanto de las constructoras como de empresas de otros rubros específicos.

Asimismo, se mantuvo una activa política de reforzamiento y expansión del área de servicios especiales e instalaciones de la compañía.



588.809

m² de superficie de venta.

20.363

Trabajadores.

511.405

Horas y más de US\$ 2,9 millones invertidos
en capacitación en 2012.



Sodimac Chile mantuvo la política de seguir aumentando su oferta de productos ecoeficientes, con gran respuesta de los clientes, contribuyendo además a orientar al consumidor en su búsqueda de stock ambientalmente amigable. En ese sentido, la empresa no solamente lanzó su segunda Guía Eco, sino que impulsó la exhibición de una nueva Casa Eco y participó activamente en la Feria de Eficiencia Energética realizada en la Estación Mapocho.



Un feedback permanente

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

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

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



Una de las innovaciones de mayor relevancia en 2012 fue la consolidación del formato Car Center, a través del cual se entrega a los clientes una amplia variedad de productos y servicios para equipamiento y mantención de sus vehículos en un solo lugar.

Propiciando la calidad de vida laboral

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

Traducido a acciones concretas, en 2012 se llevó a cabo un activo programa de capacitación continua, destinado a fortalecer diferentes habilidades, entre ellas el liderazgo y la atención a clientes. A nivel de gerencias y jefaturas el foco estuvo puesto en reforzar destrezas directivas mediante diplomados y programas académicos que proporcionaron un conocimiento más acabado de las actividades comerciales desarrolladas por Sodimac. La capacitación, de hecho, resultó un factor clave en tan-

Una empresa sostenible

to la empresa estuvo inmersa en un contexto de mejoras de eficiencia y mayor productividad.

El activo ritmo de aperturas de tiendas contribuyó a generar nuevos empleos en las ciudades y comunas a las que llegó Sodimac. Igualmente se constituyó en una excelente oportunidad para el crecimiento y calidad de vida de sus empleados, puesto que permitió el ascenso de numerosos trabajadores que postularon a alguno de los muchos concursos internos que se llevaron a cabo, a través de los cuales también pudieron acceder a un trabajo más cerca de su hogar. Cabe destacar que cerca del 90% de los puestos de trabajo que quedan disponibles se llenan mediante este procedimiento.

Es importante recalcar también la realización a lo largo de 2012 de una serie de acciones preventivas que contribuyeron a una mejora sustancial de los indicadores de riesgo de la empresa, lo que también se tradujo en una mejor calidad de vida para sus trabajadores. De este modo, la tasa de siniestralidad pasó desde un 67,8 en 2011 a un 46 en 2012, lo que significa una disminución de un 32% en el período. La tasa de accidentabilidad, en tanto, bajó desde un 11,7 a un 8,5, arrojando una disminución de 27,4%.

Como fruto de estas políticas, en 2012, entre otros reconocimientos, la empresa recibió el premio Sofofa RSE 2012, por su compromiso integral y permanente con la responsabilidad social, sólida trayectoria empresarial, cumplimiento de sus responsabilidades legales y buenas relaciones laborales. También se ubicó en el sexto lugar en el ranking de Empresas Socialmente Responsables que elabora anualmente la Fundación PROhumana, y recibió el Premio Sence-Fundación Tacal como Empresa Inclusiva en el período 2011-2012. Cabe señalar además, la certificación que le entregó la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) a Sodimac Chile por su gestión preventiva y avances en la reducción de su tasa de accidentabilidad laboral.

Sodimac Chile también siguió participando en acciones en apoyo a una serie de iniciativas en pro de la comunidad y el medioambiente. De hecho, la empresa fue distinguida como una de las más responsables socialmente en Chile, lo que se manifiesta, entre otras cosas, en su activa participación en diferentes actividades de alcance nacional, y en su apoyo constante a Fundación Nuestros Hijos, Fundación Teletón y Un Techo Para Chile.

Asimismo, una de las principales metas de la compañía es contribuir con el cuidado del medioambiente, lo que llevó, por ejemplo, a que las tiendas inauguradas en 2012 fueran construidas dentro de estándares de sostenibilidad. Esto es, sistemas de iluminación de última generación, como lámparas con tecnología de inducción magnética de bajo consumo; equipos de climatización con tecnología Volumen de Refrigerante Variable (VRV), que permite un ahorro de energía en torno a un 20%; uso de refrigerantes con la norma Euro5 no contaminantes; implementación de paneles solares que aportan agua temperada al sistema, reduciendo considerablemente el consumo eléctrico; y un empleo intensivo de lucarnas en la cubierta para sacar el máximo provecho a la iluminación natural.

Por otro lado, con el fin de incentivar el cuidado del medioambiente entre las personas, Sodimac Chile impulsó la campaña “Recicla y Acumula CMR Puntos”, consistente en otorgar un puntaje extraordinario a los clientes que reciclen desechos en algunos de los Puntos Limpios de la cadena, sin exigirles una compra previa en las tiendas para acceder a la promoción.

Adicionalmente, se desarrolló el proyecto “Manos de mi Tierra”, iniciativa piloto en Homy Las Condes, que se espera extender a otros locales y que es el primer espacio de comercio justo ubicado en una gran tienda de retail chilena. Con ello se busca dar un lugar permanente a los microemprendedores chilenos para que puedan llegar a muchos más clientes y vender sus productos.



CMR se afianza en Sodimac

De a poco, el uso de la tarjeta CMR Falabella se consolida en Sodimac. Durante 2012 su participación dentro de las ventas totales tuvo un leve crecimiento respecto al año anterior, marcando un segundo año consecutivo de alza. El canje de puntos CMR en Sodimac también evidenció un incremento en relación a 2011, siendo un 25% superior.

El avance de CMR se vio impulsado por la serie de iniciativas que la empresa llevó a cabo para maximizar su uso en la cadena. Entre ellas, destacaron acciones específicas como la conmemoración de los 50 años del Mundial de Fútbol Chile 1962, con la comercialización de una réplica de la camiseta que usó la selección chilena en dicho evento deportivo, la cual podía adquirirse exclusivamente en Sodimac empleando la tarjeta CMR. Además, y con gran éxito, se lanzó el primer catálogo de promociones CMR exclusivo para las tiendas Homecenter Sodimac y Sodimac Constructor.

En apoyo de lo anterior, se diseñó una aplicación interna que permite optimizar la cantidad y la calidad de las promociones con CMR, contribuyendo a un ahorro de costos por implementación y a visualizar de mejor manera lo que los clientes necesitan. Sodimac, asimismo, incorporó el sistema de pago a través de Pin Pass, aumentando la seguridad de las transacciones efectuadas con CMR en las tiendas de la cadena.



Desde 2012 los clientes de Banco Falabella pueden comprar en las tiendas de Sodimac utilizando la tarjeta de débito de la entidad, lo que les permite acumular puntos CMR y obtener automáticamente precios especiales cada vez que cancelen en las cajas con su tarjeta bancaria.



Adelante de izquierda a derecha:

Fernando Valenzuela del Río
Gerente de Administración, Finanzas
y Prevención

Felipe Pesce Suárez
Gerente de Abastecimiento y
Logística

Eduardo Mizón Friedemann
Gerente General

Claudia Castro Hruska
Gerente de Planificación Estratégica

Danny Szántó Narea
Gerente Comercial

María Teresa Herrera Azócar
Gerente de Marketing

Atrás de izquierda a derecha:

Sergio Brito Peñaloza
Gerente de Sistemas

Juan Carlos Corvalán Reyes
Gerente de Asuntos Legales y RSE

Sergio Dittborn Barros
Gerente de Personas

Oswaldo García Dans
Gerente de Operaciones