



**SODIMAC®**



# Reporte de Sostenibilidad 2009

# Reporte de Sostenibilidad 2009



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

Dirección:  
 Av. Presidente Eduardo Frei Montalva N° 3092, Renca.  
 Santiago de Chile.

[www.sodimac.cl](http://www.sodimac.cl)

**Para cualquier comentario o sugerencia,  
 no dude en contactarnos:**

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

**Pablo Urbina M.**  
 Coordinador de Responsabilidad Social  
 Teléfonos: (562) 7381784  
 E-mail: [purbina@sodimac.cl](mailto:purbina@sodimac.cl)

Coordinación y Edición de Contenidos:  
 Pablo Urbina M.

Equipo Asesor:  
 Centro Vincular - RS, PUCV

Verificación Externa:  
 Deloitte

Diseño:  
[www.filete.cl](http://www.filete.cl)

Fotografías:  
 Archivo Sodimac  
 Sara del Río

Impresión:  
 Ograma



## Índice

<b>6</b>	Mensaje del Gerente General Corporativo y Gerente General Sodimac Chile
<b>8</b>	Alcances del Reporte
<b>12</b>	Compromiso con la Sostenibilidad
<b>14</b>	Diálogo con Nuestros Grupos de Interés
<b>17</b>	Alianzas Nacionales e Internacionales
<b>18</b>	Canales de Comunicación
<b>20</b>	Hitos de la Sostenibilidad
<b>22</b>	Programas, Objetivos y Logros
<b>24</b>	Premios y Reconocimientos
<b>25</b>	Perfil de Sodimac
<b>37</b>	Desempeño Económico
<b>43</b>	Gobierno Corporativo y Ética Empresarial
<b>51</b>	Nuestros Trabajadores
<b>77</b>	Nuestros Proveedores
<b>85</b>	Nuestros Clientes
<b>95</b>	Compromiso con el Medioambiente
<b>109</b>	Compromiso con la Comunidad
<b>118</b>	Glosario
<b>122</b>	Informe de Verificación Externa
<b>124</b>	Indicadores GRI y Principios Pacto Global
<b>131</b>	Cuestionario de Retroalimentación

## Mensaje del Gerente General Corporativo y del Gerente General Sodimac Chile



Como lo hemos hecho desde hace dos años, tenemos el agrado de dar a conocer el desempeño de Sodimac durante el 2009. Este Reporte, da cuenta del trabajo desarrollado durante el período para contribuir a la creación de valor económico, social y ambiental.

Sin duda que la especial época contenida en este Reporte, ha representado un enorme desafío para nuestra empresa, sus ejecutivos y trabajadores, ya que contempla un año marcado por una enorme y grave crisis económica de características globales que exigió y puso en tensión máxima a todos los actores del mercado a nivel mundial.

Efectivamente estamos convencidos que la verdadera prueba de responsabilidad social y sostenibilidad se da precisamente en mo-

mentos difíciles y complejos. Lo dijimos cuando, en medio de la crisis ya declarada, entregamos nuestro Reporte anterior: "Creemos que es justamente ahora, cuando se debe demostrar coherencia con los postulados y principios que se han levantado en tiempos de mayor bonanza."

Usted podrá constatar que, en este complejo contexto de crisis, la totalidad de nuestros planes y programas de responsabilidad social subsistieron y siguieron desarrollándose, quizás algunos con mayor lentitud a la deseada, pero ninguno fue eliminado o dejado de lado.

En Sodimac enfrentamos la crisis desde una perspectiva de empresa responsable, procurando proteger al máximo a nuestros propios trabajadores, nuestros clientes y proveedo-

En Sodimac enfrentamos la crisis desde una perspectiva de empresa responsable, procurando proteger al máximo a nuestros propios trabajadores, nuestros clientes y proveedores.

res. Cuidando no sólo los resultados operacionales inmediatos, sino que atendiendo a los diversos aspectos e impactos que debe cuidar una empresa moderna.

Como principales avances del 2009 podemos mencionar el éxito de las medidas para enfrentar la crisis que denominamos "Cuidando la Casa" y que nos permitió sortear exitosamente la crisis sin recurrir a despidos por esta causa; la Certificación LEED de nuestra tienda en Copiapó, por el cual recibimos el Premio Nacional de Eficiencia Energética; nuestro trabajo de encadenamiento con Proveedores, por el que fuimos invitados a exponer como caso en las Conferencias BIANUALES del Global Reporting Initiative (GRI) en Holanda. Entre otras iniciativas destacables.

Sin embargo, más que entregar una secuencia de hechos o antecedentes ocurridos durante el 2009, este Reporte quiere entregar nuestra Comunicación de Progreso para que usted pueda analizar y evaluar nuestros avances y también, por cierto, nuestras falencias y aspectos en donde podemos mejorar. Desde luego, nosotros ya hemos detectado oportunidades de mejora en la medición y gestión de nuestros impactos medioambientales, en la réplica y masificación de nuestro trabajo con proveedores y en la mejor publicidad de los productos sustentables para su mejor detección por nuestros clientes.

Para nuestra gestión y con el objeto de facilitar la comparación y el análisis, hemos mantenido 6 áreas básicas: Gobierno Corporativo y Ética Empresarial; Medio Ambiente; Relaciones Laborales; Aprovisionamiento Responsable; Comercio y Marketing Responsable; y Compromiso con la Comunidad, las que se encuentran alineadas a las definiciones y estándares internacionales y muy especialmente a los lineamientos de la ISO 26.000, GRI y los principios del Pacto Global de Naciones Unidas. Estos ámbitos han sido definidos como nuestras prioridades estratégicas y en los cuales desarrollamos una práctica de Retail responsable.

Hoy, cuando nuestro país se ve nuevamente enfrentado a un desafío sin precedentes, causado ahora por un evento de la naturaleza como es un terremoto de grandes magnitudes, se plantean amenazas evidentes para

una empresa como la nuestra, pero también grandes desafíos los que estarán marcados por el impulso de la reconstrucción y la inserción responsable de Sodimac en tales objetivos.

Nuestras metas están condicionadas por este contexto y consisten en seguir creciendo y fortaleciendo nuestra posición de liderazgo en el mercado, reafirmando nuestro compromiso de avanzar con más fuerza en la integración de la responsabilidad social transversalmente en todos los aspectos de nuestro negocio, lo que entendemos como un proceso de mejoramiento continuo y permanente en el que sus observaciones, aportes y sugerencias serán especialmente bienvenidos.

Muchas gracias.

**Sandro Solari Donaggio**  
Gerente General Corporativo

**Eduardo Mizón Friedemann**  
Gerente General Sodimac Chile

**En Sodimac estamos convencidos que el Reporte de Sostenibilidad es una herramienta de gestión para la Responsabilidad Social, que permite comunicar de manera transparente los avances logrados de una forma comparable y verificable para cualquiera de nuestros públicos de interés.**

**En nuestro tercer Reporte de Sostenibilidad 2009, graficamos el modelo de gestión de la Responsabilidad Social en Sodimac, a través de la mano, símbolo que representa la integración y el respeto por las personas que trabajan y colaboran en el progreso de nuestra empresa.**

**Gobierno Corporativo  
y Ética Empresarial**

**Medio  
Ambiente**

**Compromiso  
con la Comunidad**

**Relaciones  
Laborales**

**Comercio  
y Marketing  
Responsable**

**Aprovisionamiento  
Responsable**



# Alcances del Reporte

## ¿Por qué reportar?

En Sodimac creemos que una parte importante de la responsabilidad social y la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo, pasan por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental a nuestros diferentes grupos de interés o partes interesadas.

Basados en esta premisa y por tercer año consecutivo, nos hemos alineado al Global Reporting Initiative en su versión más actualizada (GRI-3); iniciativa de amplio reconocimiento y valoración por parte de la comunidad internacional que a través de sus principios de contenido y de calidad nos permiten dar cuenta de nuestra gestión para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2009. (Reportes anteriores en [www.sodimac.cl/NE/rse.html](http://www.sodimac.cl/NE/rse.html)).

Al mismo tiempo este reporte, de publicación anual, nos permite entregar la Comunicación de Progreso de los diez principios que voluntariamente asumimos en 2007 con el Pacto Global de las Naciones Unidas; este compromiso busca dar continuidad y fortalecer los derechos humanos, normas laborales, protección del medioambiente y lucha contra la corrupción.

## ¿Qué podrá encontrar en este Reporte?

En este reporte, usted podrá encontrar aquellos aspectos de nuestra gestión y desempeño en Sodimac Chile en los ámbitos económico, gobierno corporativo y ética, derechos humanos, comercio responsable, relación con nuestros clientes, trabajadores, proveedores, compromiso con el medioambiente y la comunidad.

No incluimos, en este documento, la gestión en responsabilidad social de nuestras operaciones en Colombia, Perú y Argentina. En cada una de ellas existen proyectos con diferentes niveles de desarrollo y madurez, sin embargo, debido al complejo período económico enfrentado, la gerencia regional corporativa optó por no recargar la gestión de cada país. Tal como lo hemos declarado en nuestros dos reportes anteriores, en el reporte de 2010 iniciaremos gradualmente la comunicación de las acciones y proyectos socialmente responsable bajo la metodología e indicadores del GRI.

Sodimac no posee negocios conjuntos (Joint Venture), sus instalaciones no han sufrido cambios relevantes durante 2009 que afecten la comparabilidad con respecto a períodos anteriores. En el caso de la filial Ferreterías Imperial, se ofrece información en los capítulos Perfil de la Empresa y Económico con las variaciones en número de tiendas y cantidad de metros cuadrados.

En los casos en que ha sido necesario realizar una actualización o cambio en los datos de períodos anteriores, se ha declarado debidamente al pie de recuadros o en párrafos relacionados. Sin embargo, la empresa no ha experimentado modificaciones financieras, accionarias o de estructura significativas que ameriten la reexpresión de períodos anteriores. Asimismo el Principio de Comparabilidad se aplica a todos los programas, proyectos o acciones desarrolladas por la empresa, al menos en dos períodos, excepto cuando se inician por primera vez.

## ¿Cómo se desarrolló este Reporte?

En Sodimac hemos ido consolidando un equipo formado por profesionales de las gerencias de Administración y Finanzas, Recursos Humanos, Prevención, Logística, Operaciones, Marketing, Comercial, Control de Cali-

dad, Contabilidad, Planificación, Contraloría y Proyectos. Este grupo, en coordinación con la Gerencia de Asuntos Legales y Responsabilidad Social, sumado a la asesoría y acompañamiento del Centro Vincular-RS de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, son quienes han levantado la información necesaria para cada indicador, siguiendo rigurosamente los principios del GRI.

Adicionalmente, en noviembre de 2009, se realizó una jornada de trabajo orientada a empoderar y capacitar en la metodología, indicadores y principios del GRI a todos los integrantes de los equipos para la elaboración del reporte 2009.

## ¿Cómo definimos los temas tratados?

Hemos definido la relevancia de los indicadores y de los temas a tratar en este reporte a partir de los siguientes ámbitos:

- Identificación formal de los Públicos de Interés y estrategias de RS definidas por la empresa a partir de la escucha de las gerencias en el Diagnóstico y definición de la estrategia de Responsabilidad Social para Sodimac en 2007.
- Escucha de las Partes Interesadas y sus expectativas a través de los diferentes canales de comunicación establecidos por Sodimac. Entre los cuales podemos señalar: Ranking PROhumana, Encuesta Generación Empresarial, GPTW, Encuesta Nacional de Clientes, Encuesta a Proveedores, entre otros.
- Escucha de las Partes Interesadas y sus expectativas a través de la Retroalimentación al Reporte 2008 y 2009.
- Informe de Revisión al Reporte de Sostenibilidad Sodimac 2008, con análisis comparado, realizado por Acción RSE.
- Informe de Resultados de la Aplicación de las Pautas de Evaluación para Reportes de Sostenibilidad elaborado por Red Puentes y aplicado al Reporte 2008 de Sodimac.
- Informe Encuesta MORI 2009 de Responsabilidad Social - Chile.



Como oportunidad de mejora y una forma de dar a conocer las percepciones de los trabajadores a partir de diferentes herramientas de consultas periódicas realizadas por entidades externas como PROhumana y Generación Empresarial, se ha complementado la información de este reporte con gráficos de resultados de algunas preguntas específicas seleccionadas por el equipo de redacción.

## ¿Cómo validamos la información publicada?

Para el cálculo de los indicadores cuantitativos hemos mantenido los procedimientos y técnicas alineados a los estándares reconocidos nacional e internacionalmente y al mismo tiempo, se han seguido los Protocolos Técnicos del GRI-3, detallados en la Guía para la Confección de Reportes de Sostenibilidad.

Toda la información contenida ha sido revisada y validada por los gerentes de cada área y cuentan con sus respectivos respaldos y documentación. Al mismo tiempo, con el objetivo de obtener el Nivel A+ chequeado por el GRI, por primera vez Sodimac ha tomado la decisión de realizar una Verificación Externa para su tercer Reporte de Sostenibilidad y la entidad verificadora es Deloitte Chile por intermedio del área de Sustentabilidad y Cambio Climático.

### DESARROLLO DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD SODIMAC 2009



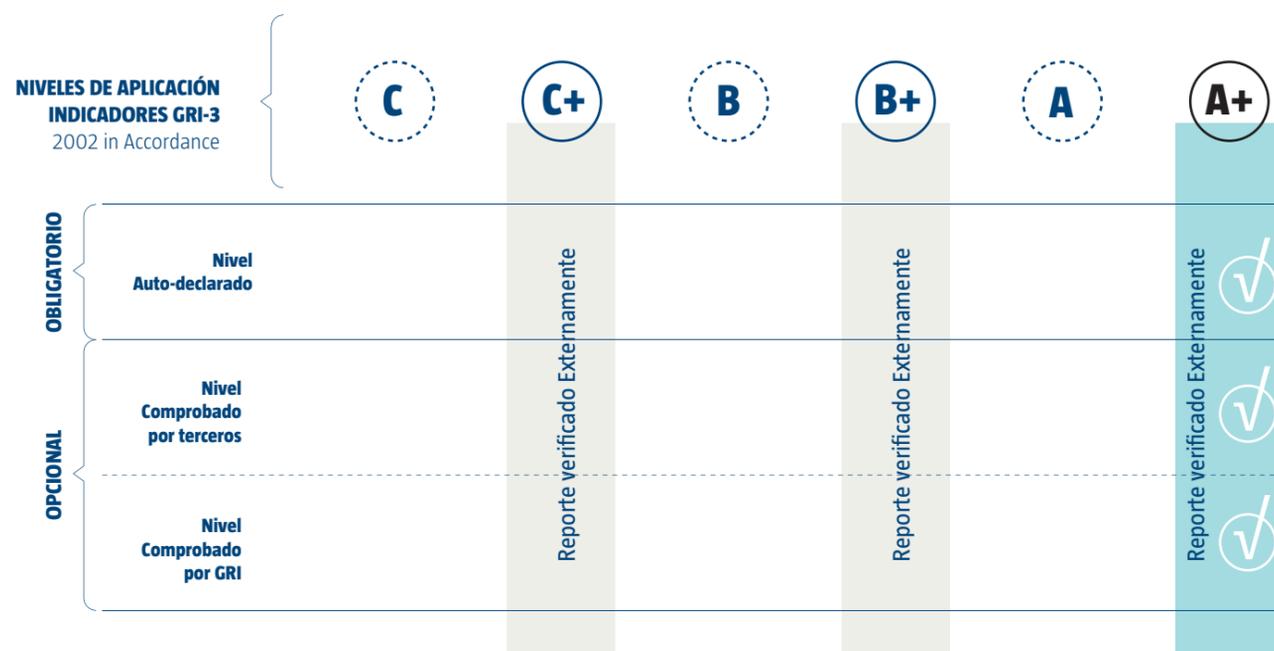
### Código de Indicadores GRI

Se ha asignado un color diferente a los indicadores del Global Reporting Initiative (GRI) según la dimensión a la que se refieren:

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

Por tercer 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

**CUMPLIMIENTO NORMAS GRI**



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



## Principios Pacto Global

### Derechos Humanos

- 1 Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.
- 2 Evitar verse involucrados en abusos de los derechos humanos.
- 3 Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de asociación colectiva.

### Normas Laborales

- 4 Eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
- 5 Abolir de manera efectiva el trabajo infantil.
- 6 Eliminar la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

### Medio Ambiente

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

### Lucha contra la Corrupción

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

# Nuestro Compromiso con la Sostenibilidad

En Sodimac entendemos que crear valor económico va unido al valor social y medioambiental. Por ello, buscamos no sólo crecer en nuestro giro, sino que además mejorar la calidad de vida de las personas en las comunidades donde actuamos.

Estamos comprometidos en ser una empresa socialmente responsable, tanto con nuestros clientes, trabajadores, proveedores, el medio ambiente y la sociedad en general y queremos aportar al desarrollo de nuestro país. Este es un desafío para todo nuestro quehacer como empresa, integrando todas las áreas de Sodimac y procuramos implementarla en todos aquellos lugares en los que estamos presentes, desde Arica a Punta Arenas.

Consideramos la Responsabilidad Social como una herramienta estratégica para el crecimiento responsable, la que debe ser multifacética, con énfasis en aquellos ámbitos que derivan de la naturaleza de nuestro propio negocio.

En consecuencia, nuestras acciones se han centrado en los siguientes aspectos:

## Relaciones Laborales

En el desempeño laboral destacan las relaciones transparentes, constructivas con sus trabajadores y el respeto a la libertad de asociación con más de 9 mil personas afiliadas a los dos sindicatos que existen en su seno y el récord de no haber tenido ninguna huelga a lo largo de nuestra historia.

Hemos implementado programas concretos en aquellos ámbitos que se han indicado como relevantes: prevención, capacitación, bienestar integral, subcontratación y comunicaciones internas.

## Medio Ambiente

Trabajamos en el ámbito de nuestros impactos medioambientales como son: el reciclaje de Sodimac y nuestros clientes; bolsas plásticas biodegradables y bolsas reutilizables; los estándares internacionales relacionados con sustentabilidad y eficiencia energética en nuestras tiendas. Hemos construido en Copiapó, la primera tienda en Latinoamérica que cumple los estándares de sustentabilidad, obteniendo la certificación LEED, otorgada por el US Green Building Council.

Estamos incorporando paulatinamente productos responsables que cuentan con respaldos y verificaciones que acreditan su variable ecológica-social. Ello verificado por nuestra Gerencia de Control de Calidad.

En nuestro compromiso con la comunidad hemos impulsado importantes iniciativas relacionadas con la educación, ahorro y la eficiencia energética en catálogos y nuestro sitio Web. Esto se refleja en nuestra participación en la mesa de trabajo del retail para la eficiencia energética y el apoyo a diferentes campañas masivas impulsadas por instituciones como: el Programa País de Eficiencia Energética (PPEE), la Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica (INEH) y la Corporación Nacional del Medio Ambiente (CONAMA).



## Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

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, la no discriminación, así como el rechazo a las prácticas de corrupción. Por ello, contamos con un programa de Probidad Corporativa y una normativa interna que se traduce en un Código de Ética y Reglamento de Orden Higiene y Seguridad, tanto para personal interno como externo.

Hemos adherido y participamos en iniciativas nacionales e internacionales que promueven, estandarizan y fomentan la comunicación de los valores de la sostenibilidad como son el Pacto Global de las Naciones Unidas, Chiletransparente, Generación Empresarial, Acción RSE, PROhumana y la iniciativa para Reportar del Global Reporting Initiative (GRI).

## Compromiso con la Comunidad

Nuestro compromiso se extiende hacia la comunidad ofreciendo capacitaciones de maestros a través del Programa Círculo de Especialistas Sodimac (CES) que hoy reúne a 186.256 socios a lo largo del país. Adicionalmente implementamos el programa Buen Vecino-Sodimac en Acción, por el cual potenciamos la participación de nuestros trabajadores en apoyo a la comunidad. Mantenemos alianzas de estrecha colaboración con Un Techo para Chile, Teletón, Fundación Nuestros Hijos y Fundación Tacal.

## Comercio y Marketing Responsable

La responsabilidad frente a nuestros clientes es un foco prioritario de Sodimac. Trabajamos por una política de Comercio Responsable que resguarde la calidad y seguridad de los productos que vendemos. Pero que además fomente aspectos de sostenibilidad y responsabilidad social hacia nuestros proveedores. Así, nos preocupamos que no haya trabajo infantil, trabajo forzado, normas de seguridad laboral y cuidado del medio ambiente.

La comunicación de marketing hacia nuestro público, se basa en estrictos parámetros éticos apegados a la buena fe, la competencia leal y las buenas prácticas publicitarias. Hemos adherido voluntariamente al Código de Ética Publicitaria y los principios del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR.

## Aprovisionamiento Responsable

Procuramos relaciones transparentes con nuestros proveedores enfatizando el respeto, el cumplimiento de los acuerdos, las relaciones a largo plazo y el beneficio recíproco. Implementamos la política de Transparencia Comercial Sodimac (TCS), que constituye un marco regulatorio, basado en principios éticos y que procura mejorar nuestras relaciones comerciales con nuestros proveedores, proyectándolas en largo plazo.

Al mismo tiempo, hemos potenciado el traspaso de buenas prácticas y conocimientos de producción responsable hacia nuestros proveedores pymes nacionales. Esta iniciativa es apoyada por la Cámara Nacional de Comercio (CNC) y el Banco Interamericano del Desarrollo y su implementación está a cargo del Centro Vincular-RS, organismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

# Diálogo con Nuestros Grupos de Interés

El diálogo y el fortalecimiento de los canales de comunicación con nuestros diferentes públicos de interés, es parte de la cultura y una preocupación permanente en Sodimac.

## ¿Quiénes son nuestros principales Grupos de Interés?

En 2007 como parte de la primera jornada estratégica de Responsabilidad Social (RS) Sodimac, a través del diálogo con sus gerentes se definieron los temas y proyectos más relevantes en cada área de la RS y los siguientes Públicos o Partes Interesadas con quienes dialogar y trabajar la temática hasta el 2010.

- Accionistas
- Trabajadores
- Clientes
- Proveedores
- Comunidad
- Autoridades
- Entidades Gremiales

## ¿Cuáles son nuestros principales focos en RS?

A partir del diálogo con las diferentes Partes Interesadas de Sodimac, desarrollado como parte del diseño estratégico de RS, se definió como ruta de escalamiento iniciar un trabajo en el área de las Relaciones Laborales, Aprovechamiento Responsable y Marketing Responsable.

Para cada una de las áreas se definieron proyectos emblemáticos entre los que se cuentan la medición del Clima Laboral para hacer de Sodimac el mejor Lugar para Trabajar, el desarrollo del Curso de Aprovechamiento Responsable para el traspaso de herramientas y prácticas de RS para proveedores Pymes y la confección del Reporte de Sostenibilidad basado en la metodología del GRI para comunicar las acciones de RS de manera comparable y verificable.

Paralelamente, la gerencia de RS ha realizado importantes avances en el área de Gobierno Corporativo impulsando un diagnóstico

Por segundo año consecutivo, hemos hecho un esfuerzo para generar un proceso de escucha de nuestras partes interesadas, entendiéndolo como un objetivo fundamental en el proceso y desarrollo de la materialidad de nuestro reporte 2009.

y estrategia de Probidad Corporativa con la renovación del Código de Ética y la confección del documento Transparencia Comercial Sodimac para los proveedores.

## ¿Cómo dialogamos con nuestras Partes Interesadas?

La empresa ha crecido y en la medida que nuestra gestión se moderniza, los canales de comunicación se han ampliado, mejorando los mecanismos de diálogo. Hemos dividido nuestros canales de comunicación en aquellos de información general, información selectiva y de participación. (Ver diagrama de Canales de Comunicación).

Entre los nuevos mecanismos de escucha, la empresa ha incorporado herramientas como:

- Barómetro de Valores y Ética Empresarial (Generación Empresarial)
- Ranking de Responsabilidad Social (PROhumana)
- Medición de Clima Laboral (Great Place To Work)
- Encuesta de Probidad Corporativa (Univer-

- sidad Alberto Hurtado-Gestión Social)
- Evaluación Curso de Responsabilidad Social para Proveedores Pymes
- Evaluación del Programa Circulo de Especialistas Sodimac (CES)

## ¿Cómo Retroalimentamos el Reporte de Sostenibilidad 2008?

Este año, adicional a un proceso de retroalimentación directa, hemos incorporado dos nuevas evaluaciones a nuestro reporte, con diferentes metodologías y cuyos resultados valoramos y consideramos provechosos para nuestro crecimiento y aprendizaje.

## Entrevista con nuestras Partes Interesadas – Vincular RS / PUCV

Se realizó una retroalimentación cualitativa del Reporte de Sostenibilidad Sodimac 2008, sobre la base de una conversación directa con 13 personas representantes de nuestros clientes, empresas proveedoras, autoridades, entidades gremiales, comunidad y organizaciones expertas en RS. Este proceso se ejecutó a través de una encuesta semiestructurada, y su desarrollo estuvo a cargo del Centro Vincular de la Pontificia Universidad

Católica de Valparaíso. La escucha de los trabajadores se formalizó a través de otros instrumentos de opinión aplicados durante el año y que identificamos como el Ranking de RSE (PROhumana), Medición del Clima Laboral (Great Place To Work) y el Barómetro de Valores y Ética Empresarial (Generación Empresarial). Algunos de sus resultados se incluyen a lo largo del reporte.

## Consulta con Grupos Especializados – Acción RSE

En el contexto del Premio al Reporte de Sustentabilidad 2009, organizado por Acción RSE, y en la que Sodimac participó por primera vez, de acuerdo a los resultados de la pre-evaluación de los reportes, nuestra empresa se ubicó entre los 13 mejores puntajes. El ju-

rado estuvo compuesto por representante de distintos sectores del mundo empresarial, medios de comunicación, sociedad civil y autoridades. Adicionalmente, a la retroalimentación por parte del jurado y empresas participantes, solicitamos un análisis en profundidad elaborado por el equipo de Acción RSE sobre la base de una pauta alineada con los Principios de Contenido y Calidad del GRI-3.

## Análisis de Reporte de Grandes Empresas – Guía CICE / Red Puentes

A mediados de 2009, el Centro de Información del Comportamiento Empresarial (CICE), a través de Red Puentes, lanzó el documento "Guía para el Análisis de Reportes de Sustentabilidad de Grandes Empresas: una mirada desde la sociedad civil". Cuyas bases meto-

dológicas se sustentan en la Guía para la Elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI-3), los documentos de avance de la Norma ISO 26.000 y la revisión de los objetivos estratégicos de las ONGs integrantes de Red Puentes. Esta Guía fue aplicada como proyecto piloto al Reporte de Sostenibilidad de Sodimac 2008.

A partir de estos análisis y entrevistas se identificaron aquellos aspectos de mejora para el reporte 2009, presentes en los tres mecanismos aplicados.

ASPECTOS DEL REPORTE	OBSERVACIONES	CÓMO LO ABORDAMOS	PÁGINA
<b>Declaración Gerente General</b>	→ Falta profundizar los principales alcances económicos, sociales y ambientales ocurridos durante el año.	→ Se incluyeron las observaciones, ver carta de máximos ejecutivos Sodimac.	6 y 7
<b>Alcance del Reporte</b>	→ Mostrar en una tabla las principales brechas y metas de la gestión reportada.	→ Se incluyó tabla Programas, Objetivos y Logros.	18 y 19
<b>Política de Sostenibilidad</b>	→ Incluir los lineamientos generales de la política de RSE en Sodimac.	→ Se incluyó política de Sostenibilidad.	12 y 13
<b>Gobierno Corporativo</b>	→ Conocer más el Programa de Probidad Corporativa.	→ Se presenta Estructura y Capacitación.	49
<b>Dimensión Económica</b>	→ Mejorar la explicación sobre la creación de valor para cada parte interesada.	→ Se profundizó explicación sobre creación de valor.	41 y 42
<b>Trabajadores</b>	→ Mostrar la buena relación construida con los sindicatos y descripción de acuerdos.	→ Se mejoró descripción de acuerdos con sindicatos.	52 y 53
<b>Comunidad</b>	→ El Plan Buen Vecino, no muestra los resultados obtenidos en el apoyo a la comunidad.	→ Falta mostrar evaluaciones y seguimiento de proyectos.	114
<b>Clientes</b>	→ No se muestran las multas y denuncias al SERNAC y que ha hecho la empresa para bajarlas.	→ Se mejoró descripción de tabla de multas y juicios.	87
<b>Proveedores</b>	→ Mejorar la descripción para entender las acciones con los proveedores Pymes.	→ Se ordenó la descripción de la política con proveedores.	80 a 82
	→ No se describen acciones que fomenten el desarrollo de productos sustentables.	→ Se realizó primera clasificación de productos sustentables.	100
<b>Medioambiente</b>	→ En la tienda ecológica no se cuantifican los ahorros ni beneficios.	→ Se incorporó detalle de ahorro y comparación.	98 y 99
	→ No se describe qué acciones ambientales están llevando para disminuir las emisiones de CO2.	→ Se está evaluando la mejor manera de abordar los impactos ambientales de Sodimac.	102 y 103



### Evaluando el Reporte

Al solicitar a cada una de las 13 personas entrevistadas por Vincular, una evaluación de las diferentes partes del reporte; la mejor percepción fue para el Capítulo Nuestros Trabajadores y Desempeño Económico con un puntaje de 4,62 para cada uno, de un máximo 5 puntos.

Los ítems con menor puntaje fueron la Tabla de Indicadores GRI y el Glosario, con 3,67 y 3,82 respectivamente. Los fundamentos más reiterados por los públicos menos entendidos y también por aquellos expertos en GRI, es que la tabla necesita una explicación y presentación más amigable. En el caso del glosario, su baja evaluación se debe a que es un ítem que agrega valor, pero en la comparación general no resulta el más relevante.

### Consideraciones Generales

En complemento con lo anterior, es importante destacar que los tres ejercicios de retroalimentación, coinciden en señalar como aspectos evidentes y mejorables la construcción de un reporte más ejecutivo acompañado de la versión completa en formato digital.

Aquellos públicos más expertos, aluden claramente al mejoramiento de algunos principios del GRI-3, fundamentales para la obtención de un documento que responda a las expectativas de sus diferentes Partes Interesadas.

Si bien Sodimac, es percibida como una empresa de alta credibilidad, también se sugiere la necesidad de incorporar una verificación de terceros que sustente la información presentada. Y que ésta sea complementada con el diseño de tablas que resuman y ayuden al lector a percibir los logros, pero también las brechas o aspectos pendientes.

Sodimac, agradece a las personas y entidades que tuvieron la voluntad de revisar el reporte 2008 y se dieron el tiempo para realizar sus observaciones. Hemos considerado cada una de ellas y pondremos toda la voluntad, gestión y entrenamiento para cumplir con las expectativas de nuestras partes interesadas.

#### EVALUANDO EL REPORTE: Según Criterios

Interesante	4,46
Ordenado	4,46
Confiable respecto de los...	4,31
Satisface sus expectativas o...	3,77
Claridad (fácil de leer...	4,23
Adecuado nivel de...	3,69
Contiene aspectos...	4,31
Extensión del Reporte (Nº...	3,46
Tamaño de la letra...	4,08
Uso de gráficos y tablas...	3,85
Uso de fotos...	4,31
Promedio...	4,08

#### EVALUANDO EL REPORTE: Según Secciones

Mensaje del Presidente y...	4,50
Alcance del Reporte	4,54
Perfil y Estructura...	4,23
Desempeño económico	4,62
Gobierno y Ética Corporativa...	4,46
Nuestros Trabajadores	4,62
Nuestros Proveedores	4,00
Nuestros Clientes	4,25
Comprometidos con el	4,31
Comprometidos con la	4,38
Glosario	3,82
Tabla de Indicadores	3,67
Cuestionario de	3,86
Promedio	4,25

Fuente: Vincular RS, PUCV

# Alianzas Nacionales e Internacionales

## ÁMBITO DE ACCIÓN: ASOCIACIONES GREMIALES

Organización	Objetivo de la organización
<b>Cámara Nacional de Comercio</b> (www.cnc.cl)	Liderar el desarrollo de los asociados mediante la gestión gremial y la interacción con organismos públicos y privados.
<b>Cámara de Comercio de Santiago</b> (www.ccs.cl)	Velar por los intereses de las empresas y sectores para un mejor desarrollo del comercio nacional.
<b>Cámara Chilena de la Construcción</b> (www.cchc.cl)	Contribuir al desarrollo y perfeccionamiento del sector, promoviendo el uso eficiente de los recursos gremiales, sociales y económicos.
<b>ANEA</b> (www.anda.cl)	Defensa de la libertad de expresión comercial, la autorregulación y ética publicitaria.

## ÁMBITO DE ACCIÓN: RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD

Organización	Objetivo de la organización
<b>Pacto Global de las Naciones Unidas</b> (www.unglobalcompact.org)	Fomentar la incorporación de los Diez Principios de conducta centrados en derechos humanos, medioambiente y lucha contra la corrupción.
<b>ISO 26.000</b> (www.chile2008-socialresponsibility.cl)	Norma internacional de Responsabilidad Social que busca guiar y garantizar, la aplicación de valores, principios, procesos y buenas prácticas laborales.
<b>AcciónRSE</b> (www.accionrse.cl)	Apojar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsable para un desarrollo sustentable.
<b>Fundación PROhumana</b> (www.prohumana.cl)	Construir una cultura de responsabilidad social empresarial a nivel de las personas y organizaciones.

## ÁMBITO DE ACCIÓN: GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA EMPRESARIAL

Organización	Objetivo de la organización
<b>ChileTransparente</b> (www.chiletransparente.cl)	Fortalecer en las organizaciones su gestión de ética, reputación y sostenibilidad en el largo plazo.
<b>Generación Empresarial</b> (www.generacionempresarial.cl)	Impulsar el espíritu empresarial ético frente a todos los retos planteados por los cambios socioeconómicos contemporáneos.
<b>Universidad Alberto Hurtado – Gestión Social</b> (www.uahurtado.cl)	Promoción de la Ética y la Responsabilidad Social dentro del ámbito de las empresas privadas e instituciones públicas.
<b>CONAR</b> (www.conar.cl)	Promover la autoregulación publicitaria con los principios y normas consagradas en el Código Chileno de Ética Publicitaria.

## ÁMBITO DE ACCIÓN: RELACIONES LABORALES

Organización	Objetivo de la organización
<b>Asociación Chilena de Seguridad</b> (www.achs.cl)	Promover y preservar ambientes laborales sanos, seguros y exentos de riesgos.
<b>Great Place to Work Institute Chile</b> (www.greatplacetowork.cl)	Fomentar la mejora de la calidad de vida laboral, a través de herramientas de medición y ranking anual.
<b>Conace</b> (www.conacedrogas.cl)	Implementar políticas públicas en torno al problema de las drogas y prevenir el consumo y tráfico en el país.

## ÁMBITO DE ACCIÓN: MEDIO AMBIENTE

Organización	Objetivo de la organización
<b>Programa País de Eficiencia Energética</b> (www.ppee.cl)	Consolidar el uso eficiente de la energía, contribuyendo al desarrollo energético sustentable de Chile.
<b>Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica</b> (www.ineh.cl)	Crear instancias para la formulación de políticas y conciencia respecto al recurso hídrico de Chile.
<b>Chile Green Building Council</b> (www.chilegbc.cl)	Promover y estimular la construcción y el desarrollo sustentable en el país.

## ÁMBITO DE ACCIÓN: COMUNIDAD

Organización	Objetivo de la organización
<b>Un Techo para Chile</b> (www.untechoparachile.cl)	Erradicación de campamentos y construcción de nuevos barrios sustentables, fomentando negocios inclusivos.
<b>Teletón</b> (www.teleton.cl)	Ayudar a niños y jóvenes en su proceso de rehabilitación e integración familiar, social y laboral.
<b>Fundación Nuestros Hijos</b> (www.fnh.cl)	Asistencia a niños de escasos recursos enfermos de cáncer.

# Canales de Comunicación

	<b>Accionistas</b>	<b>Clientes</b>	<b>Proveedores</b>
<b>Canales de información Generales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memoria Anual <b>AN</b></li> <li>Sitio Web <b>DI</b></li> <li>Junta Ordinaria de Accionistas <b>TR</b></li> <li>Reporte de Sostenibilidad (GRI) <b>AN</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memoria Anual <b>AN</b></li> <li>Sitio Web <b>DI</b></li> <li>Módulo de Información de Tiendas <b>DI</b></li> <li>Reporte de Sostenibilidad (GRI) <b>AN</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memoria Anual <b>AN</b></li> <li>Sitio Web <b>DI</b></li> <li>Transparencia Comercial Sodimac (TCS) <b>DI</b></li> <li>Reporte de Sostenibilidad (GRI) <b>AN</b></li> </ul>
<b>Canales de información Selectivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes Gerenciales <b>ME</b></li> <li>Informes Directorio <b>ME</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revista Hágallo Usted Mismo <b>ME</b></li> <li>Revista Círculo de Especialistas <b>ME</b></li> <li>Programa de Televisión Hágallo Usted Mismo <b>SE</b></li> <li>Catálogos promocionales <b>SE</b></li> <li>CES para maestros <b>DI</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Información Vía Correo Electrónico <b>DI</b></li> <li>Curso de Producción Responsable para Pymes <b>AN</b></li> </ul>
<b>Canales de Participación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones con Directorio <b>ME</b></li> <li>Reuniones con Gerencia General <b>SE</b></li> <li>Jornadas de Reuniones y Videoconferencias <b>DI</b></li> <li>Líneas directas de atención: Teléfono y Correo Electrónico <b>DI</b></li> <li>Retroalimentación con los Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) <b>AN</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Red de oficinas comerciales y puntos de venta <b>DI</b></li> <li>Buzón de consultas del sitio Web <b>DI</b></li> <li>Líneas directas de atención: Fonoasistencia, Cartas de Sernac y Medios de Prensa <b>DI</b></li> <li>Encuestas de Satisfacción <b>SE</b></li> <li>Gerencia de Atención a Clientes <b>DI</b></li> <li>Callcenter Atención a Clientes <b>DI</b></li> <li>Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) <b>AN</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones con Gerentes de Línea <b>DI</b></li> <li>Líneas directas de atención: Teléfono y Correo Electrónico <b>DI</b></li> <li>Encuestas <b>AN</b></li> <li>Encuentro Nacional de Proveedores <b>AN</b></li> <li>Reuniones periódicas con Gerencia de Control de Calidad <b>DI</b></li> <li>Contraloría TCS para Consultas, Reclamos y Quejas <b>DI</b></li> <li>Feria de Productos <b>ME</b></li> <li>Line Preview <b>TR</b></li> <li>Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) <b>AN</b></li> </ul>

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

	<b>Trabajadores</b>	<b>Organismos Públicos</b>	<b>Organizaciones Sociales</b>
<b>Canales de información Generales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memoria Anual <b>AN</b></li> <li>Sitio Web <b>DI</b></li> <li>Intranet <b>DI</b></li> <li>Sodimac TV <b>DI</b></li> <li>Reporte de Sostenibilidad (GRI) <b>AN</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memoria Anual <b>AN</b></li> <li>Sitio Web <b>DI</b></li> <li>Reporte de Sostenibilidad (GRI) <b>AN</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memoria Anual <b>AN</b></li> <li>Sitio Web <b>DI</b></li> <li>Reporte de Sostenibilidad (GRI) <b>AN</b></li> </ul>
<b>Canales de información Selectivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intranet <b>DI</b></li> <li>Revista <b>TR</b></li> <li>Intranet - RRHH en línea <b>DI</b></li> <li>Jefe de Recursos Humanos en Tiendas y Centros de Distribución <b>DI</b></li> <li>Escuela de Excelencia Sodimac <b>DI</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes específicos a organismos públicos de interés, tales como SVS, Sernac, FNE, entre otros <b>ME</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan Buen Vecino - Sodimac en Acción <b>DI</b></li> <li>Información Vía Correo Electrónico <b>DI</b></li> </ul>
<b>Canales de Participación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revista Nuestra Casa <b>TR</b></li> <li>Buzón de sugerencias <b>DI</b></li> <li>Canal de Televisión digital vía Intranet <b>DI</b></li> <li>Diálogo Sindical <b>ME</b></li> <li>Inducciones y Ferias de Capacitaciones <b>DI, ME</b></li> <li>Reuniones informativas Diarias y Trimestrales (tiendas y oficinas de Apoyo) <b>DI</b></li> <li>Desayunos de los Mejores del Trimestre con gerentes <b>TR</b></li> <li>Evaluación de Desempeño con Retroalimentación <b>AN</b></li> <li>Cursos Desarrollo de Líderes de Tienda, Desarrollo de Líderes de Caja y Desarrollo de Líderes Gerenciales <b>ME</b></li> <li>Reuniones de Confianza <b>AN</b></li> <li>Sistema de Contacto de RRHH (teléfono e intranet) <b>DI</b></li> <li>Diálogos Comités Paritarios <b>ME</b></li> <li>Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) <b>AN</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones Periódicas y/o Esporádicas <b>DI</b></li> <li>Diálogo permanente con los Organismos de Interés <b>DI</b></li> <li>Línea directa SVS <b>DI</b></li> <li>Línea directa con Sernac <b>DI</b></li> <li>Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) <b>AN</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia de Asuntos Legales y RS <b>DI</b></li> <li>Reuniones con Organismos Locales <b>DI</b></li> <li>Canal de Comunicación Directa a través de Cartas, Correo Electrónico y Teléfono <b>DI</b></li> <li>Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) <b>AN</b></li> </ul>

# Hitos de la Sostenibilidad

→ 1997

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

→ 1998

**HUM** Se inicia el programa Hágalo Usted Mismo (HUM) que busca entregar asesoría a nuestros clientes en temas relacionados con el mejoramiento del hogar.

→ 2000

**Calidad** Se crea la gerencia de Control de Calidad, que tiene como objetivo la calidad y seguridad de nuestros productos y gestionar las prácticas de proveedores nacionales e internacionales.

→ 2003

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

→ 2005

**Clima laboral** Sodimac en conjunto con Great Place to Work Institute Chile da inicio al estudio sistemático de su clima laboral.

**CES** Se crea el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), con el objetivo de entregar capacitación y estudios formales a maestros especialistas.

**Cultura** Se inicia el Programa Cultural para los trabajadores de Sodimac, sus familias y la comunidad.

**Revista** Primera edición de la revista interna Nuestra Casa que llega trimestralmente a todos los trabajadores.

→ 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, políticas y plan de Responsabilidad Social Empresarial para la compañía.

**Integración** 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 hacia los trabajadores subcontratados.

→ 2007

**RSE** La gerencia de RS se incorpora formalmente al Comité Ejecutivo, máxima instancia y que depende directamente del Gerente General.

**Pacto Global** Sodimac firma el Pacto Global de Naciones Unidas, comprometiéndose a cumplir sus 10 principios.

**Chiletransparente** Sodimac colabora con ChileTransparente, comprometiéndose a adoptar los estándares de transparencia y probidad.

**Recicla** Sodimac establece una alianza con la empresa Recicla para el reciclaje de residuos electrónicos.

**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 para los trabajadores de Sodimac.

**Bolsas degradables** Sodimac introduce bolsas plásticas degradables en sus tiendas.

**Buen vecino** Sodimac implementa programa Buen Vecino-Sodimac en Acción, con el objetivo de apoyar a proyectos sociales evaluados por cada tienda.

**Energía** Acuerdo con el Programa País de 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

**Proveedores Pymes** Sodimac implementa el Primer Curso de Producción Responsable para Proveedores.

**Premio** Sodimac recibe el premio Carlos Vial Espantoso en reconocimiento a las buenas relaciones laborales dentro de la empresa.

**Inventores** Sodimac firma convenio con la Sociedad Chilena de Inventores para incorporar sus productos en las tiendas.

**Un Techo para Chile** Sodimac firma un acuerdo de colaboración con Un Techo para Chile.

**ISO 26.000** Sodimac se une al Grupo de Trabajo ISO 26.000

**RSE** Lanzamiento del Primer Reporte de Sostenibilidad con la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) y los principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

**Probidad** Sodimac inicia el programa de Probidad Corporativa desarrollado en conjunto con la Universidad Alberto Hurtado, Gestión Social y ChileTransparente.

**Legó** Sodimac firma convenio con la First Lego League para potenciar las capacidades tecnológicas en los escolares chilenos.

→ 2009

**Crisis** Sodimac implementa las Medidas "Cuidando La Casa" para enfrentar la Crisis Económica.

**Tiendas Saludables** Sodimac cuenta con ocho tiendas certificadas por el Ministerio de Salud como Lugar de Trabajo Saludable, todas las demás tiendas, se encuentran en proceso de acreditación.

**Proveedores Pymes** Se integran Proveedores de Servicios al segundo Curso de Producción Responsable.

**Negocios Pymes** Participación en Ruedas de Negocios Pymes Asexma, BCI, Cámara de Comercio de Santiago y Club de Inventores.

**Trabajo infantil** Sodimac se integra al Comité Nacional de Prevención y Erradicación del Trabajo infantil que es dirigido por el Ministerio del Trabajo y la OIT.

**Visión empresarial** Sandro Solari, Gerente General Corporativo Sodimac recibe el Premio Visión Empresarial ACHS.

**Certificación LEED** Homecenter Copiapó es la primera tienda de retail en Latinoamérica en recibir la certificación LEED en nivel Silver, otorgado por el US Green Building Council.

**PDP Leña** Lanzamiento del Programa Desarrollo de Proveedores de Leña.

**Energía** Sodimac recibe el Premio Nacional de Eficiencia Energética por la tienda Homecenter Copiapó

**SENCE** Sodimac recibe el Premio SENCE por ser la empresa que más capacitó en Chile.

**Ranking** Sodimac N° 6 en Ranking BAV de Las Mejores Marcas de Chile, N°12 en Ranking de Reputación Corporativa Hill&Knowlton Captiva-La Tercera y N°15 en Ranking Reputations Institute, Universidad Católica y Qué Pasa.

**SERNAM** Sodimac recibe el premio Iguala por cuatro tiendas que se destacan en el ámbito de las buenas prácticas laborales con equidad de género.

**Concurso** Sodimac recibe el Premio Anual de Memorias de Sociedad Anónimas otorgado por Revista Gestión y PricewaterhouseCoopers.

**INEH** Sodimac se une a la Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica (INEH) de la Dirección General de Aguas para crear conciencia sobre la importancia de generar ahorro de agua en nuestro país.

**Reciclaje** Instalación de "Puntos Verdes" para reciclaje de Baterías de Automóviles en Tiendas y Reconocimiento E-Waste de RECYCLA por Reciclaje Electrónico.

# Programas, Objetivos y Logros

Tema	Objetivo	Logros / Brechas 2009	Metas 2010	Página
<b>Gobierno y Ética Corporativa</b>				
<b>Probidad Corporativa Sodimac</b>	Adoptar e implementar procedimientos y sistemas que apunten a fortalecer la gestión de la ética, reputación y sostenibilidad de la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se implementaron 3 etapas: Diagnóstico y Actualización del Código de Ética, Diseño Sistema de Gestión: Estructura de Apoyo a la Integridad y Capacitación y Comunicaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diagramar e imprimir el nuevo Código de Ética.</li> <li>Difundir la información a las Tiendas.</li> <li>Capacitar a los trabajadores de la empresa.</li> <li>Implementar plataforma Web y definir el formato de seguimiento.</li> </ul>	49
<b>Nuestros Trabajadores</b>				
<b>Escuela de Excelencia Sodimac</b>	Promover la capacitación y la igualdad en el Desarrollo de Carrera de los Trabajadores y brindar apoyo a sus Ejecutivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>15.212 trabajadores capacitados con 472.112 horas.</li> <li>66 Cursos para Oficinas de Apoyo con una participación de 1.165 trabajadores.</li> <li>Capacitación E-Learning, para todas las tiendas del país con 3.912 trabajadores capacitados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incorporar en Tiendas malla de capacitación para optimizar horas disponibles por trabajador, estimando 420 mil horas.</li> <li>Lanzamiento de calendario de capacitación en Oficinas de Apoyo, continuando cursos iniciados en 2009.</li> </ul>	56
<b>Certificación Tiendas Saludables</b>	Promover el bienestar familiar y social de los trabajadores a través de la protección ante riesgos del ambiente físico y social; estimulando la autoestima, propiciando relaciones humanas saludables y favoreciendo el desarrollo de las personas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las Asistentes Sociales en conjunto con los equipos de RR.HH de cada tienda y bodega implementaron, en alianza con el Ministerio de Salud, el Programa "Lugar de Trabajo Saludable", certificando 7 tiendas y 1 Centro de Distribución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Certificar con el Ministerio de Salud 5 nuevas tiendas como "Lugar de Trabajo Saludable".</li> </ul>	64
<b>Prevención de Riesgos</b>	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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disminución en la cantidad de accidentes en un 10,9% con respecto al 2008.</li> <li>Auditorías de Comités Paritarios arrojan un 91% de satisfacción anual a nivel nacional.</li> <li>100% de cumplimiento de la primera etapa del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional basado en el Modelo GPS de la ACHS.</li> <li>Incremento en un 84,5% de trabajadores capacitados respecto de 2008 con un total de 15.326 horas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar un Programa de Prevención de Lesiones Musculoesqueléticas en coordinación con el Departamento de Ergonomía de la ACHS.</li> </ul>	72
<b>Subcontratación</b>	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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>14 tiendas incorporan empaques universitarios con el objetivo de brindar un ingreso laboral formal y apoyar en la erradicación del trabajo infantil.</li> <li>39 empresas externas acogidas a la Ley de Subcontratación con un total de 2.505 trabajadores.</li> <li>Se registraron 11 fiscalizaciones y se cursó 1 multa actualmente en trámite.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generar un sistema de clasificación de proveedores que permita calificar su desempeño y cumplimiento con los derechos laborales de sus trabajadores.</li> <li>Establecer un canal de comunicación expedito y confiable para los trabajadores externos.</li> </ul>	55
<b>Nuestros Proveedores</b>				
<b>Proveedores: Transparencia Comercial Sodimac</b>	Marco normativo, transparente y público que regula y formaliza los deberes y derechos de nuestros proveedores en materia ética, aprovisionamiento, control de calidad y conductas mínimas de Responsabilidad Social.	<ul style="list-style-type: none"> <li>33 Evaluaciones de Responsabilidad Social en Fábricas Chinas.</li> <li>583 proveedores asiáticos inspeccionados suscribieron la Declaración de Responsabilidad Social en Fábrica.</li> <li>Se realizó Segundo Curso de Producción Responsable para Proveedores Pymes, a través del Centro Vincular-RS de la PUCV.</li> <li>39 proveedores de productos y servicios se graduaron, llegando a un total de 3.241 trabajadores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicar en forma progresiva una autoevaluación en línea para proveedores nacionales sobre su gestión, procedimientos, políticas de Calidad y RSE.</li> </ul>	78
<b>Control de Calidad</b>	Gestionar e incrementar las buenas prácticas y control de calidad de los productos y servicios de los diferentes proveedores nacionales e internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.998 inspecciones realizadas a proveedores asiáticos.</li> <li>2.359 tests de productos realizados en Chile y 260 fuera del país.</li> <li>1.447 inspecciones nacionales realizadas con carácter preventivo y correctivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar las inspecciones y tests proporcionales al incremento en las compras realizadas por Sodimac.</li> </ul>	89
<b>Nuestros Clientes</b>				
<b>Negocios Inclusivos: Círculo de Especialistas Sodimac (CES)</b>	Entregar capacitación y estudios formales a los maestros especialistas y contratistas clientes de Sodimac Constructor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>186.256 nuevos socios CES; se entregaron 800 becas de estudio a través de Universidades e Institutos con una inversión de \$455.959.949; se realizaron 632 capacitaciones en Tiendas para nuestros socios CES.</li> <li>Se crea la Bolsa de Trabajo CES a través de una base de datos ubicada en las tiendas y la página www.maestrosespecialistas.cl.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar socios del CES en 210 mil especialistas.</li> </ul>	111
<b>Hágalo Usted Mismo (HUM)</b>	Entregar asesoría para el mejoramiento del hogar y la calidad de vida de las familias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>52 capítulos del programa de TV Hágalo Usted Mismo con un total de 13 horas de asesoría en mejoramiento del hogar.</li> <li>Entrega de 4 mil ejemplares por tienda de la revista bimensual HUM en todos los Homecenter.</li> <li>81 talleres con participación de 972 personas en el Programa Anual de Talleres y Proyectos Sociales realizados en la Región Metropolitana y destinado al mejoramiento del hogar de familias vulnerables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear una biblioteca virtual en nuestra página web, con todos los programas de TV y revistas del HUM realizadas hasta la fecha; esto es: 52 capítulos del Programa HUM en TV. (2009)</li> <li>50 ediciones de Revista HUM. (2005)</li> <li>500 proyectos Paso a Paso HUM. (2005)</li> </ul>	113
<b>Sistema de Atención de Clientes</b>	Obtener la opinión directa de los clientes respecto de su "Experiencia de Compra" en tres puntos sensibles como son: Contacto Sodimac, Cliente Incógnito y Encuestas de Satisfacción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>65.000 requerimientos resueltos a través de la línea Contacto Sodimac.</li> <li>10.432 evaluaciones a nuestros trabajadores a través del canal Cliente Incógnito.</li> <li>2 evaluaciones de Satisfacción del Clientes realizadas en el año con un total de 7.402 clientes entrevistados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A partir de los resultados de la Encuesta de Satisfacción de Clientes, seleccionar y desarrollar mejoras en dos variables de interés relacionadas con Despacho e Infraestructura.</li> </ul>	92



Tema	Objetivo	Logros / Brechas 2009	Metas 2010	Página
<b>Compromiso con el Medioambiente</b>				
<b>Iniciativas y Productos Sustentables</b>	Avanzar hacia una política de Comercio Responsable que resguarde la calidad y seguridad de los productos que vendemos, fomentando los aspectos de sostenibilidad en todo nuestro negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Educación y fomento de las iniciativas de ahorro y eficiencia energética a través del programa Hágalo Usted Mismo.</li> <li>Participación en la Mesa de Trabajo del retail para la eficiencia energética y apoyo de diferentes campañas masivas impulsadas por el Programa País de Eficiencia Energética (PPEE), la Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica (INEH) y la Corporación Nacional del Medio Ambiente (CONAMA).</li> <li>Primera tienda certificada LEED, en nivel SILVER, otorgado por el US Green Building Council a la tienda Homecenter Sodimac Copiapó.</li> <li>Identificación de 1.754 productos sustentables que pueden acreditar su variable ecológica y social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar en un 30% la incorporación de nuevos productos que puedan acreditar su sustentabilidad.</li> </ul>	100
<b>Verificación y Revisión de Madera y Leña</b>	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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inicio de la fase de desarrollo y ejecución del programa de Desarrollo de Proveedores de Leña (PDP) con la participación del 100% de los proveedores de Leña.</li> <li>23,8% de incremento en las inspecciones a los proveedores de leña por parte de Control de Calidad.</li> <li>55% de las inspecciones a proveedores arrojaron total cumplimiento con los requerimientos de control de calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar inspecciones a proveedores de leña con un 80% de cumplimiento de los requerimientos de Sodimac.</li> <li>Integrar políticas y prácticas de RSE en la gestión de los proveedores que participan en el PDP de leña.</li> </ul>	101
<b>Reciclaje</b>	Generar iniciativas de cuidado del medio ambiente y disminución de los impactos negativos, fomentando el reciclaje en los diferentes procesos productivos y administrativos de la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>14.801 kilos de residuos electrónicos reciclados a través de la empresa Recycla.</li> <li>3.245.400 kilos de Papel y Cartón reciclados en alianza con Sociedad Recuperadora de Papel (SOREPA).</li> <li>Instalación de 3 puntos piloto de Reciclaje de Baterías de Automóviles en alianza con Tecnorec en las tiendas de Las Condes, Puente Alto y Cerrillos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Extender los puntos de reciclaje de Baterías de Automóviles a un 30% de las tiendas en la Región Metropolitana.</li> <li>Instalar puntos limpios piloto como parte del proyecto de Reciclaje para nuestros clientes en alianza con la empresa Triclico, en las tiendas de La Reina y Peñalolén.</li> </ul>	104
<b>Compromiso con la Comunidad</b>				
<b>Plan Buen Vecino y Sodimac en Acción</b>	Apoyar a la comunidad, especialmente donde tenemos nuestras tiendas a través de un sistema de Voluntariado con nuestros trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>55 proyectos sociales se realizaron en 58 tiendas, incluyendo las Oficinas de Apoyo y Centros de Distribución.</li> <li>880 trabajadores participaron en los proyectos beneficiando a 28.764 personas de la comunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar en un 10% la participación de voluntarios y mantener el Nº de proyectos logrados en 2008.</li> </ul>	114
<b>Un Techo para Chile</b>	Incentivar a nuestros clientes y trabajadores a participar en la erradicación de campamentos y construcción de nuevos barrios sustentables, fomentando negocios inclusivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sodimac se convierte en el proveedor oficial de Un Techo para Chile apoyando con recursos humanos y financieros por \$75 millones, además de la entrega de precios preferenciales en materiales de construcción, asesoría técnicas y apoyo logístico.</li> <li>\$15 millones recaudados en campaña interna con la participación de todos los trabajadores del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar el aporte financiero, alcanzando un total de \$100 millones.</li> <li>Dar continuidad en la entrega de precios preferenciales en materiales de la construcción, asesorías técnicas y apoyo logístico.</li> <li>Realizar dos campañas internas de voluntariado corporativo en conjunto con Un Techo para Chile.</li> </ul>	116
<b>Fundación Nuestros Hijos</b>	Apoyar a la Fundación Nuestros Hijos, institución dedicada a ayudar y asistir a niños enfermos de cáncer.	<ul style="list-style-type: none"> <li>\$431.756.392 recaudados en las campañas Pide el Vuelto en tiendas (clientes), Hazte Socio y Manos a la Obra (Trabajadores), entre otras actividades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar en un 5% los aportes a la Fundación en diferentes campañas.</li> </ul>	115

## Premios y Reconocimientos 2009



### Premio Visión Empresarial ACHS

Dada su permanente y entusiasta preocupación por la prevención de riesgos, la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) distinguió con el "Premio Visión Empresarial" al gerente general corporativo de Sodimac, Sandro Solari.



### Premio a la empresa que más capacitó (SENCE)

Un reconocimiento a la importante labor de Sodimac, en la Formación y el Desarrollo de sus trabajadores, fue el que entregó SENCE a nuestra empresa en el mes de julio de 2009, al reconocerla como la compañía que más trabajadores capacitó en Chile durante el año 2008. Este premio fue el resultado de haber efectuado 606.766 horas de capacitación, de las cuáles 176.431 horas, fueron realizadas vía recuperación de Franquicia Tributaria SENCE.



### Premio Nacional a la Eficiencia Energética

La Confederación de la Producción y el Comercio (CPC) y el Gobierno de Chile por intermedio de la Comisión Nacional de Energía y el Programa País de Eficiencia Energética, concedieron a Sodimac el "Premio Nacional Eficiencia Energética 2009", en la categoría "Gran Empresa", por su tienda Homecenter de Copiapó, que es el primer edificio de retail sustentable con certificado LEED en Chile.



### Premio por Buenas Prácticas Laborales (SERNAM)

La Presidenta de la República, Michelle Bachelet, junto a la ministra del Servicio Nacional de la Mujer, Carmen Andrade, distinguieron a cuatro tiendas Homecenter Sodimac que se destacan en el ámbito de las buenas prácticas laborales con equidad de género. Este reconocimiento forma parte del proceso de certificación del sello "Iguala", iniciativa pionera en Chile y América Latina a la que Sodimac y otras 36 empresas públicas y privadas, adhirieron hace dos años.



### Premio Concurso Anual de Memorias

En el marco del XIV Concurso Anual de Memorias de S.A. de Chile, organizado por Revista Gestión y PricewaterhouseCoopers, Sodimac recibió el Premio como la mejor memoria de Retail y Consumo.



### Reconocimiento E-Waste (Reciclaje Electrónico)

La empresa Recycla (reconocida por la Fundación Schwab de Suiza) realizó por sexto año consecutivo el Premio E-Waste 2009, entregando un reconocimiento a Sodimac por la preocupación medioambiental y gestión avanzada de sus residuos electrónicos.



### Ranking de Reputación Corporativa y Marcas en Chile

Sodimac obtuvo el 6º lugar en Ranking BAV de Las Mejores Marcas de Chile, el 12º lugar en Ranking de Reputación Corporativa Hill&Knowlton Captiva-La Tercera y el 15º lugar en Ranking Reputations Institute, Universidad Católica y Qué Pasa.

Perfil de  
Sodimac

GRI
1.2
2.2
2.3
2.5
2.6
2.7
2.8
2.9
4.8

## 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.

### Nuestra Visión

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

### Nuestra Misión

Desarrollar nuestro giro con sostenibilidad, ayudando a mejorar la calidad de vida de las personas en las comunidades donde estamos presentes, ofreciendo a nuestros clientes el mejor servicio, junto con la más amplia variedad de productos, de la mejor calidad y a los mejores precios del mercado, logrando así satisfacer sus necesidades para la realización de sus proyectos de construcción, remodelación, mejoramiento o decoración de sus hogares.

### 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.

## Nuestros Valores

### Responsabilidad

- Cuidado y Desarrollo de Nuestra Gente
- Responsabilidad Social

### Excelencia

- Excelencia en Servicio al Cliente
- Espíritu Emprendedor e Innovador
- Rentabilidad para los Accionistas

### Integridad

- Honestidad
- Transparencia

### Respeto

- Diversidad
- Trabajo en Equipo

**Definición y comunicación de Valores**  
¿Se mencionan Principios y Valores en su Misión y/o Visión?



Fuente: Encuesta a trabajadores de Sodimac. Barómetro de Valores y Ética Empresarial 2009. Generación Empresarial.

## Construyendo la Casa de Chile

Su nacimiento se remonta a la década del 40, cuando una pequeña agrupación de constructores formó Sogeco. Liderada por don Walter Sommerhoff, abrió su primera oficina como sociedad anónima en Valparaíso. Su objetivo principal era crear un sistema de distribución eficiente para las necesidades del gremio.

Debido al desabastecimiento que generó la Segunda Guerra Mundial, la Cámara Chilena de la Construcción vio la necesidad urgente de formar una cadena nacional para distribuir materiales de obra gruesa y estabilizar los precios. Sodimac surgió como la solución, convirtiéndose en una cooperativa que con-

taba con numerosas sucursales a lo largo del país. En 1960, Sodimac cumplió un papel crucial durante el terremoto de Valdivia, contribuyendo con la reconstrucción del país.

Dos décadas después, la crisis del 80 golpeó duramente a la empresa. En julio de ese año, fue declarada su quiebra. En 1982, fue licitada y comprada por don José Luis Del Río Rondanelli 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,

→ El 2009 fue un año difícil, tal vez uno de los más complejos enfrentados por Sodimac. Pero gracias al compromiso de todos los trabajadores, ejecutivos y proveedores, se pudo enfrentar de manera responsable.

reparación y decoración del hogar. Fue el primero de su tipo en Chile y en América Latina, iniciando en 1994 un proceso de internacionalización, asociándose con el grupo Corona de Colombia, de manera de extender su modelo de negocio de Homecenter a dicho país.

En 2003 se produce la incorporación de Sodimac S.A. como filial de SACI Falabella, generando un 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, actualmente con 9 locales distribuidos en las regiones V, VIII y Metropolitana; y en 2008 la compañía continuó su plan de inversiones,

remodelando tiendas, abriendo nuevos puntos de venta y desarrollando inversiones en la operación logística a través de la construcción de dos modernos Centros de Distribución en Coronel y Santiago.

El 2009 fue un año difícil, tal vez uno de los más complejos enfrentados por Sodimac. Pero gracias al compromiso de todos los trabajadores, ejecutivos y proveedores, se pudo enfrentar de manera responsable, ahorrando costos, mejorando e innovando en los procesos y en definitiva cuidando los puestos de trabajo que permitan seguir siendo una empresa comprometida con un crecimiento sostenible.

# 1952



# 2009



# Propiedad y Adquisiciones

Sodimac es parte del grupo SACI Falabella, que controla directa e indirectamente el 100% de su capital social, a través de sus dos únicos accionistas: Home Trading S.A. e Inversiones Parmin SpA. Más detalle e identificación de las personas naturales y jurídicas que a través de SACI Falabella controlan la sociedad, se encuentran disponibles en la Memoria Financiera de Sodimac, Capítulo Propiedad y Control de la Entidad.

Falabella es el mayor conglomerado de retail en Chile en cuanto a la capitalización bursátil y uno de los más grandes de Latinoamérica, con una clara posición de liderazgo en las áreas de negocio en que participa.



Total acciones: **22.902.758.796** (Cifras al 31 de diciembre 2009)

## Desarrollo Operativo de Sodimac

No incluye Imperial

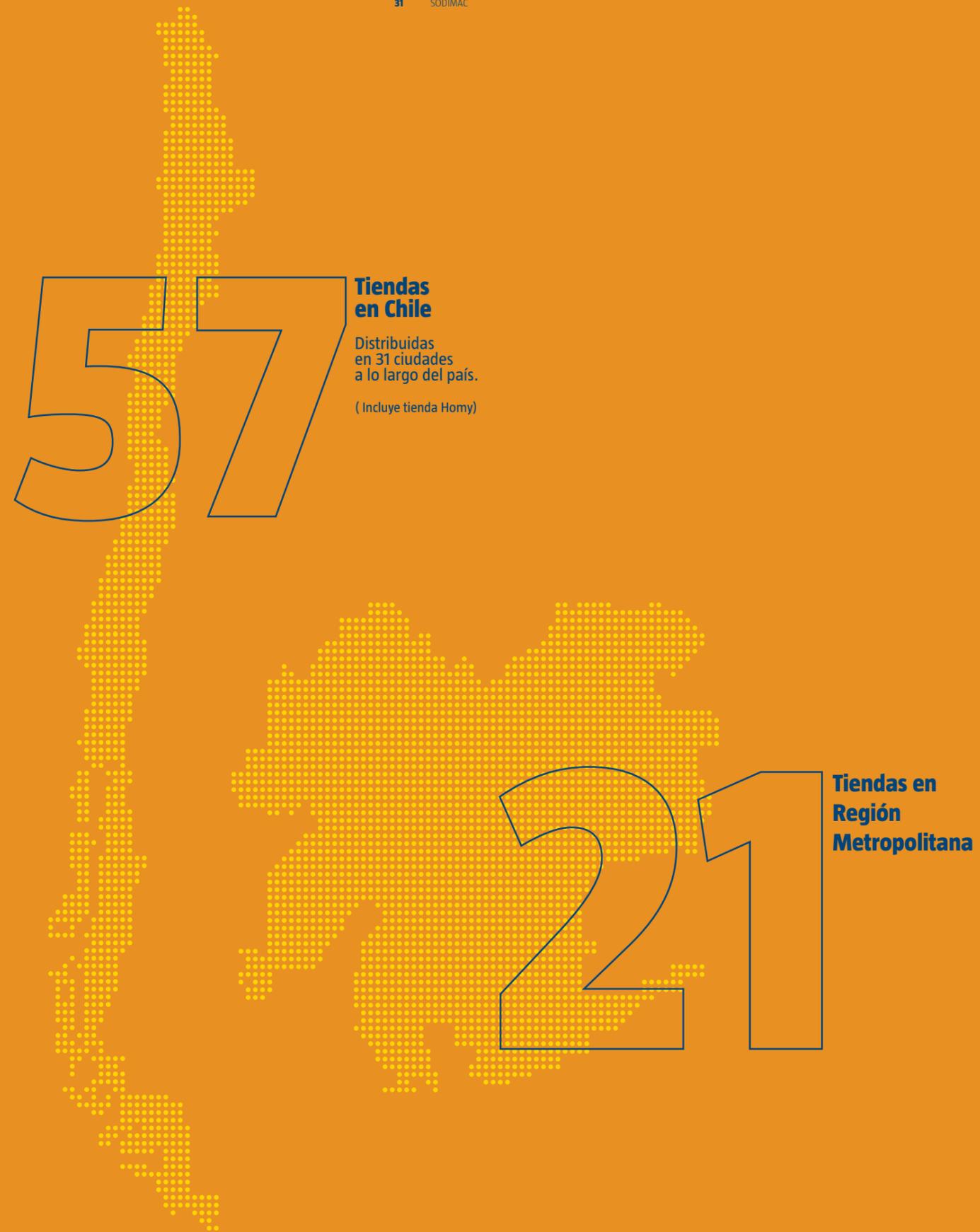
### Trabajadores



### Superficie total (m<sup>2</sup>)



Fuente: Sodimac  
 (\*\*) Los datos del desarrollo operativo de Sodimac, no incluye Imperial.  
 (\*\*\*) Los datos de años anteriores fueron corregidos para una mayor precisión en la información.  
 (\*\*\*) La superficie presenta una disminución debido al cierre de la Tienda Homecenter La Florida.



# Industria del Retail

En la industria del sector de Mejoramiento del Hogar y de Materiales de Construcción, se pueden distinguir tres segmentos que son: Mejoramiento del Hogar, Reparación y Mantenimiento 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 2004 - 2008 el mercado ha alcanzado una tasa de crecimiento promedio anual de 5,9%, superior al crecimiento experimentado por el PIB nacional de 4,5%, y por debajo del crecimiento de los sectores Comercio y Construcción, que durante el mismo período crecieron un 6,3% y 7,2% anual, respectivamente.

Mercados	Mejoramiento del Hogar	Mantenimiento 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			

## 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.

En octubre de 2009, la compañía inauguró una nueva tienda llamada Homy cuya apuesta, en el área "Mejoramiento del Hogar", es poner al alcance del público nuevas propuestas de diseño contemporáneo, que al mismo tiempo genere una vitrina para diseñadores nacionales con la exhibición de espacios con artículos nacionales e importados recreando alternativas de living, comedores, dormitorios, cocinas, baños y terrazas.

## Investigación y Desarrollo



El crecimiento sostenido de la empresa se sustenta en una medida importante en el énfasis que asigna a la investigación y desarrollo. En este campo, la empresa ha sido líder en la importación y desarrollo de tecnología propia aplicada a este rubro.

Los esfuerzos de investigación y desarrollo se concentran en la generación de nuevas tecnologías de ventas y marketing, así como el aprovechamiento de los últimos avances de la industria de las comunicaciones, transportes, almacenamiento, manejo de materiales y tecnologías de información. Por otro lado, estos esfuerzos también se orientan a aumentar la cobertura de tiendas a nivel nacional, mejorando lo ya existente y desarrollando nuevos formatos de negocios.

Con el objeto de mantener este liderazgo, se han efectuado importantes inversiones en los últimos años en el desarrollo de sistemas de información, abastecimiento, distribución y almacenamiento de productos, sistemas de crédito a clientes, sistemas de ventas, exhibición de productos y en el desarrollo de importantes planes de capacitación y entrenamiento del personal.

## Factores de Riesgo del Negocio



El segmento de personas, principal fuente de ingresos de Sodimac, está influenciado por las variaciones del sector comercio, donde la conducta de los consumidores se ve afectada por la percepción del desempeño general de la economía, siendo la inflación, el crecimiento, el desempleo, la tasa de interés y los ingresos, entre otras, variables relevantes para determinar el consumo de los hogares.

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

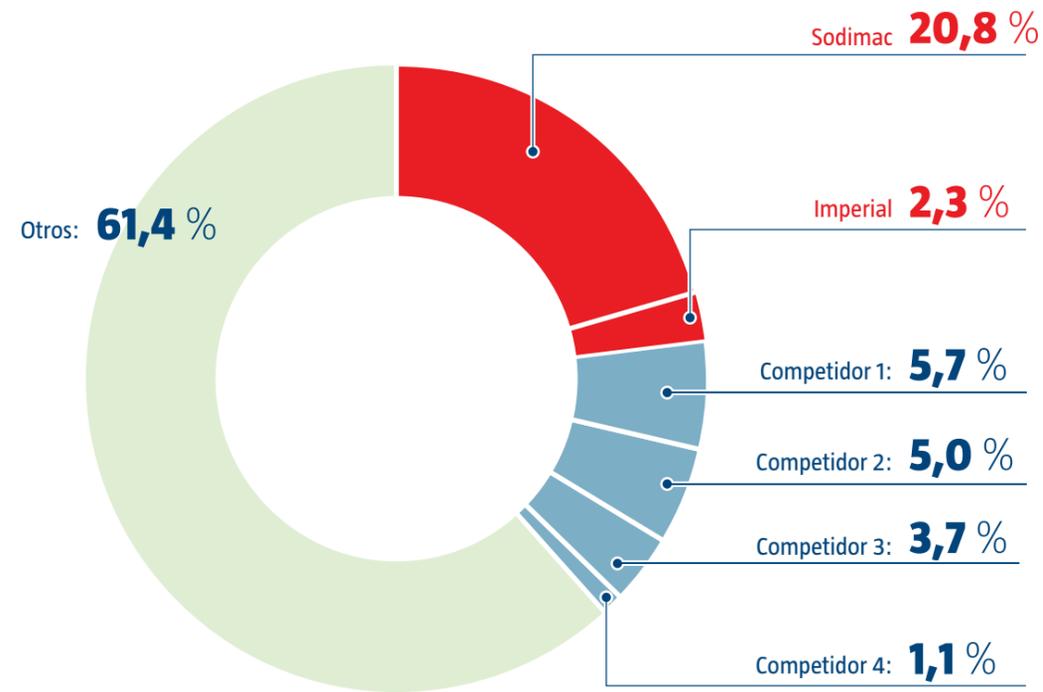
Bajo este contexto, nuestros principales factores de riesgo están definidos por:

- Variación en los ciclos económicos
- Variación en el sector comercio
- Variación en el tipo de cambio
- Riesgo de Competencia
- Riesgo Inmobiliario

Durante 2009 el principal factor de riesgo estuvo representado por el impacto de la crisis financiera internacional con un efecto directo en la corrección monetaria y diferencia de cambio, generando una disminución en la utilidad de la empresa (Ver capítulo económico).

## Sodimac y su Desarrollo en el Mercado

Sodimac posee a diciembre 2009 una participación de mercado global, incluyendo Imperial, cercana al 23,1%.



Fuente: Sodimac

### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Relaciones legales con la competencia

Pregunta:	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
La relación de mi empresa con la competencia siempre ha sido de respeto.	4,37	4,35	4,49	4,73

RANKING PROHUMANA: ESCALA 1 A 5



## 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, que actualmente cuenta con 9 locales, de los cuales 6 están ubicados en la Región Metropolitana, 1 en Valparaíso, 1 en Concepción y durante 2009 se suma uno en Temuco, generando un total de 43.633 m2 construidos.

## Política de Compras

En Sodimac tenemos un proceso de abastecimiento centralizado tanto en la compra como en la distribución. Nuestra cadena de almacenamiento separa y privilegia los productos nacionales (82,75%) de los importados (17,25%) y los productos estacionales de los regulares.

Importamos \$M123.024.535 millones en productos desde China, Estados Unidos, Europa o Sri Lanka, totalizando un 17,25%. El 82,75% del resto de nuestras compras son a proveedores nacionales.

Compramos a más de 1.300 compañías de los más variados rubros y tamaños, promovemos la continuidad, mejoramiento continuo, la calidad y seguridad de los productos en pos de un encadenamiento estratégico que avance hacia el concepto de aprovisionamiento sostenible 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.

Contamos con un portafolio de marcas propias en las más diversas familias de productos, dentro de ellas podemos destacar: Ecolé, Mr Beef, Kolor, Redline, Bauker, Project Tools, Autostyle, Karson, Topex, Klunter, Klimber, Mr Chrixtmas, Casa Bonita, entre otras.

### LÍNEAS DE PRODUCTOS PROPIOS DESARROLLADOS:

- |                                  |                                       |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| • Accesorios de automóviles      | • Iluminación                         |
| • Adhesivos y sellantes          | • Jardín                              |
| • Aglomerados, áridos y aditivos | • Línea Blanca y Electrodomésticos    |
| • Aseo                           | • Madera y Tableros                   |
| • Baño y Cocina                  | • Mascotas                            |
| • Cerámica                       | • Menaje                              |
| • Cerrajería                     | • Muebles y Organizadores             |
| • Climatización                  | • Pintura y Accesorios                |
| • Comunicaciones y Electrónica   | • Puertas, Ventanas y Molduras        |
| • Cortinaje                      | • Quincallería                        |
| • Electricidad                   | • Revestimientos                      |
| • Ferretería                     | • Seguridad                           |
| • Fierro                         | • Tabiquería, Techumbre y Aislaciones |
| • Fijaciones                     | • Temporada                           |
| • Gasfitería                     | • Textil, Alfombra y Papeles Murales  |

## Sodimac en América Latina

Sodimac es la cadena líder de Latinoamérica en el rubro de la comercialización de materiales de construcción y productos para el mejoramiento del hogar. 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.

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.

En Colombia se ha consolidado una política de responsabilidad social con fortaleza en los trabajadores y al mismo tiempo centrada en un compromiso con la comunidad a través de la implementación de los programas como "Best Buddies" cuyo objetivo es la vinculación laboral de adultos con discapacidad cognitiva, física y/o sensorial; y "Tu peso pesa" que consiste en donaciones a instituciones escolares en todo el país.

En Perú se destaca el trabajo en equipo y las relaciones laborales, es por ello que por cuarto año consecutivo hemos estado entre las mejores empresas para trabajar en 2008

Sodimac Colombia

**17** tiendas

Sodimac Perú

**13** tiendas

Sodimac Chile\*

**57** tiendas

Sodimac Argentina

**4** tiendas

\*No considera Imperial

logramos el 6to lugar en la versión de Great Place to Work Institute, siendo el mejor retail peruano en esta distinción.

En Argentina se ha consolidado la política de recursos humanos que ha sido consecuente con la fortaleza y preocupación de Sodimac con sus trabajadores, esto se ha reflejado en 2008 en la medición del clima laboral, logrando el puesto número 15 en la evaluación del Great Place to Work de Argentina y llegando al lugar 7 entre empresas con menos de mil personas.

		2007	2008	2009
Colombia	Nº Tiendas	15	17	19
	M2	156.207	170.748	190.616
Perú	Nº Tiendas	7	12	13
	M2	58.821	93.050	98.219
Argentina	Nº Tiendas	(*)	4	4
	M2	(*)	46.168	46.168

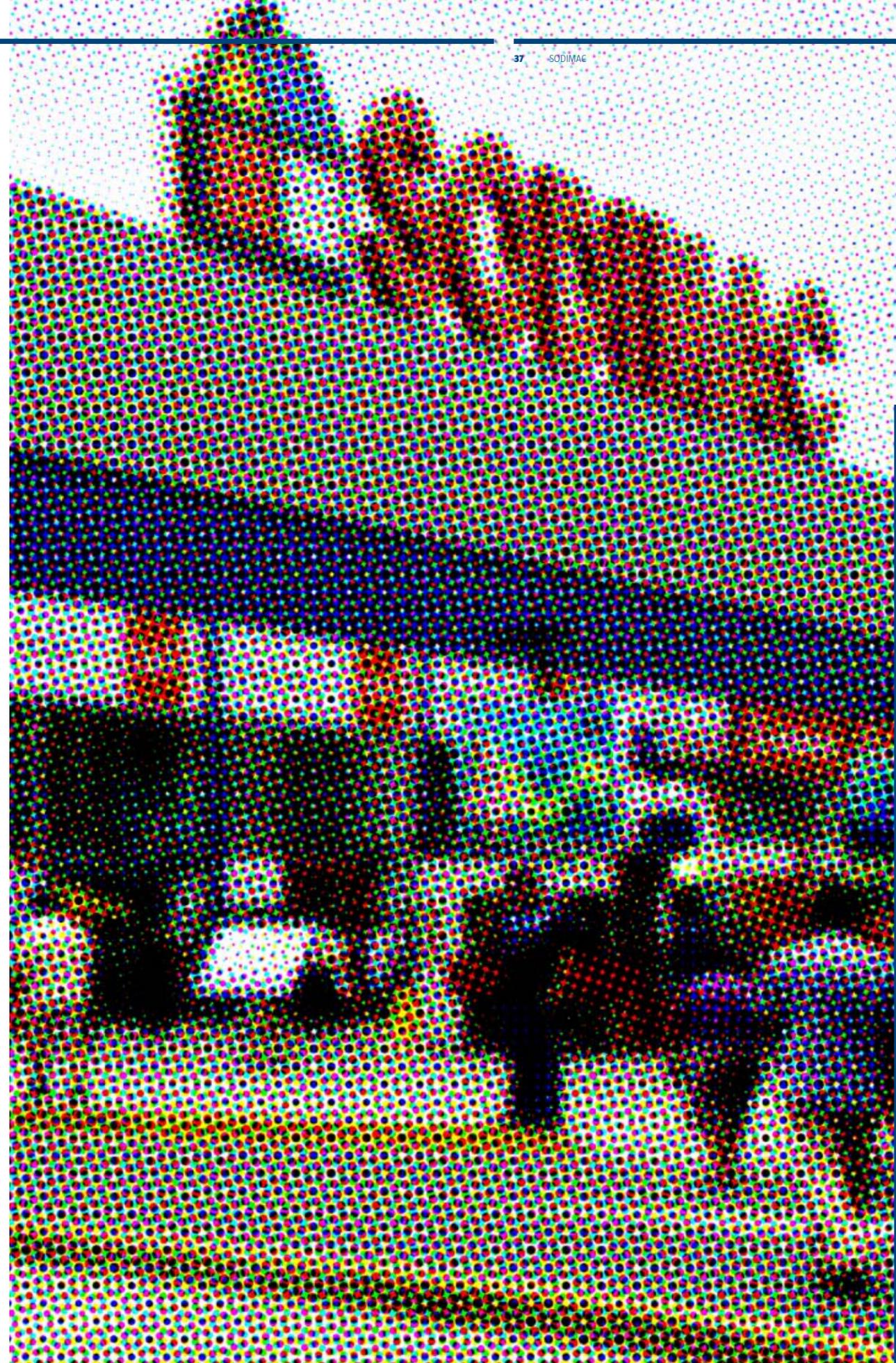
(\*) No ingreso al mercado argentino. Fuente: Sodimac



## Logística y Distribución

La necesidad de contar con los más altos estándares de eficiencia en el abastecimiento y distribución de nuestros productos ha llevado a la compañía al desarrollo y apertura de dos importantes centros de distribución; uno en Coronel (2008) con 16 mil metros cuadrados y otro en Lo Espejo (2009) en Santiago, con una superficie de 80 mil metros cuadrados emplazado en 22 hectáreas.

Estas inversiones cercanas a los M\$ 23.850 millones, han permitido potenciar y consolidar la infraestructura logística de Sodimac con importantes beneficios para la empresa y sus trabajadores; logrando importantes ahorros en transporte, gastos de arriendos y en materia de eficiencia energética.



**Desempeño Económico**

## Nuestro Desempeño Económico

Sodimac, a pesar de ser una empresa fuerte y sana, no estuvo al margen de la crisis económica mundial. En 2009 realizamos un plan de ajustes de ventas y reducción de gastos, logrando incrementar iniciativas de ahorro, la eficiencia logística, perfeccionar los inventarios y optimizar la operación dentro de nuestras tiendas.



Dado el contexto de crisis mundial, 2009 fue un año difícil, tal vez uno de los más complejos que hemos enfrentado como empresa. Sin embargo, gracias al compromiso de todos, tanto de trabajadores como ejecutivos, pudimos enfrentarlo de manera serena y responsable, ahorrando costos, mejorando procesos y, en definitiva, cuidando los puestos de trabajo.

Una de las medidas tomadas por Sodimac para enfrentar la crisis fue el proyecto "Mejorando la Casa", el cual ayudó a lograr una disminución de gastos en un 6%. Los trabajadores tuvieron un rol protagónico, ya que se trataba de optimizar los procesos, ser más eficientes y controlar los gastos, todo esto en un escenario restrictivo. Se enfatizó la necesidad de avanzar hacia una polifuncionalidad en los puestos de trabajo, siempre con la mirada de asegurar la operación y cuidar la casa para el futuro. Esto significó redefinir tareas y funciones, capacitar y asumir nuevos roles en las tiendas.

En 2009, Sodimac mantuvo el 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 \$ 962.068 MM, decreciendo un 4,5% con respecto a igual periodo del año anterior.

DESEMPEÑO ECONÓMICO (M\$)	2009	2008
Ingresos de Explotación	962,067,822	1,007,449,568
Costos de Explotación	- 689,931,176	- 736,058,549
Margen de Explotación	272,136,646	271,391,019
Pago de Dividendos	- 14,821,365	- 19,216,680
Utilidad del Ejercicio	33,703,308	41,044,956

Fuente: Sodimac

La venta retail de Sodimac (formato Home-center) presentó un crecimiento de 0,5% acumulado y la venta volumen (formato Constructor) mostró una caída de -20,3% acumulado, este último afectado por la contracción del sector construcción durante el 2009. El margen de explotación acumulado fue de 28,3%, superior al presentado el año anterior en 1,4 puntos.

Ventas 2009  
M\$ **962,067,822**

Utilidad 2009  
M\$ **33,703,308**

## Capitalización Total Sodimac

### Pasivos Circulantes

La disminución de los pasivos circulantes en M\$70.451.589, equivalente a un 33,7%, se explica por las menores obligaciones con bancos de M\$52.772.325, y los menores saldos a pagar a empresas relacionadas de M\$25.989.410, principalmente con SACI Falabella y Sociedad de Rentas Falabella S.A.

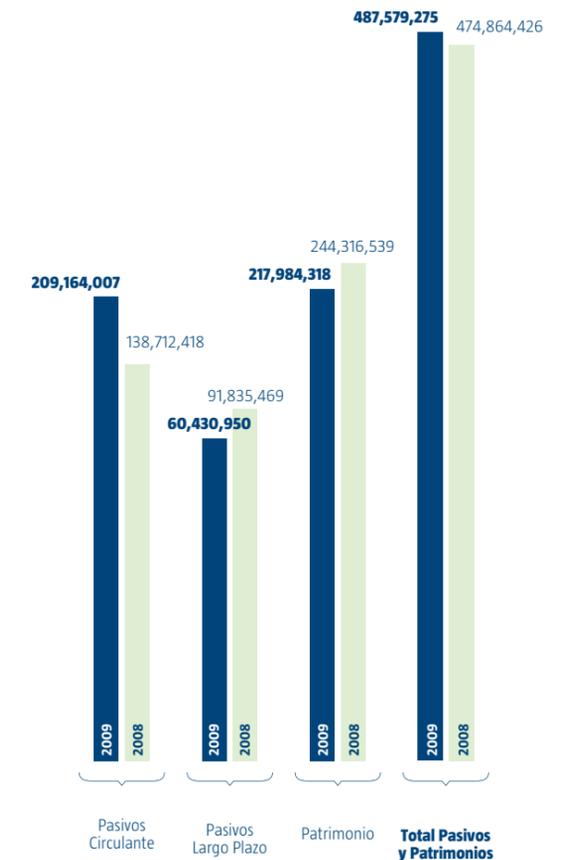
Además, existe un mayor pasivo con proveedores por M\$9.422.293 producto de la reactivación en las compras de mercadería en el último trimestre del 2009.

### Pasivos a Largo Plazo

El aumento de los pasivos a largo plazo en M\$31.404.519, equivalente a un 52,0%, está dado fundamentalmente por mayores obligaciones con el público por M\$31.278.386, originado por la colocación de la Serie F de bonos, efectuada en Enero de 2009.

### Patrimonio

El aumento del patrimonio de M\$26.332.221, equivalente a un 12,1% se explica por las utilidades generadas durante el ejercicio 2009, y adicionalmente, un aumento de capital efectuado en el mes de junio de 2009, correspondiente a 770.020.875 acciones, equivalente a M\$7.427.999.



Fuente: Sodimac

## Activos Totales Sodimac

### Activos Circulantes

La disminución de los activos circulantes de M\$4.805.971, equivalente a un 1,6%, es el resultado neto de disminuciones y aumentos de los distintos componentes.

Las principales disminuciones son:

- Existencias por M\$37.880.865, producto de las menores compras de mercaderías en relación al menor nivel de actividad de la economía, durante el año 2009.
- Cuentas por cobrar en M\$8.773.484, considerando tanto a deudores por venta como documentos por cobrar, originado por menores ventas a empresas constructoras.
- Gastos pagados por anticipado en M\$3.729.115, principalmente por el consumo de espacios publicitarios contratados con anterioridad.

Los principales aumentos son:

- Valores negociables por M\$36.802.058, producto de una mayor generación de flujos operacionales.
- Documentos y cuentas por cobrar a empresas relacionadas en M\$11.188.397, principalmente por un mayor saldo con SACI Falabella.

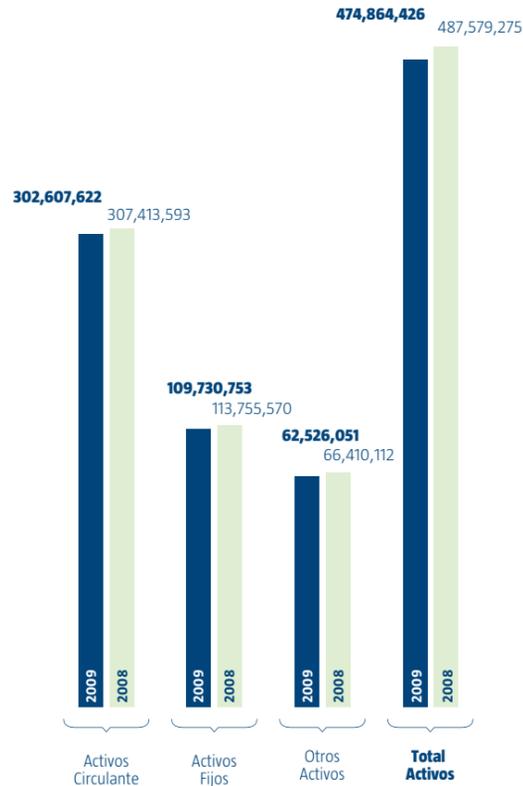
### Activos Fijos

La disminución de los activos fijos en M\$4.024.817, equivalente a un 3,5%, se explica por un menor ritmo de inversiones producido, y en las mayores depreciaciones de aquellas inversiones en nuevas tiendas y equipamiento realizadas.

Cabe mencionar, que dentro de las inversiones efectuadas durante el año 2008, se incluyen las tiendas de Copiapó, Talca, Calama, El Bosque, San Bernardo, Los Ángeles y el nuevo Centro de Distribución en Lo Espejo.

### Otros Activos

Los otros activos disminuyen en M\$3.884.061, equivalente a un 5,8%, principalmente por las amortizaciones del menor valor de inversiones, y una menor inversión en empresas relacionadas, producto, tanto de distribución de dividendos de la filial Imperial S.A., declarado en Junta Ordinaria de Accionistas en abril de 2009, como al menor resultado de esta filial, reconocido en Sodimac, comparado con el ejercicio 2008.



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.

### Proveedores:

#### Costos Operacionales

Los costos generados en el desarrollo de las operaciones de la empresa en 2009 ascendieron a M\$809.904.566 menor en comparación al ejercicio 2008 que fue de M\$876.934.469. Esto incluye pago a proveedores en 2009 por M\$713.323.564 y los gastos por administración y ventas.

### Trabajadores:

#### Remuneraciones y Beneficios

Durante 2009 los gastos en remuneraciones y beneficios ascendieron a M\$103.466.107, cifra menor al periodo anterior que fue de M\$104.258.295, producto de la disminución en la dotación general.

Los montos de beneficios que Sodimac entregó a sus trabajadores en 2009 ascendieron a M\$5.802.066 superior a lo entregado en 2008 que fue de M\$5.123.663.

### Bancos, Financieras y Accionistas:

#### Pagos a Proveedores de Capital

La empresa pagó por concepto de proveedores de capital M\$20.838 un 14,2% menor al periodo anterior. Estos se distribuyeron en pago a los accionistas propietarios de la empresa por M\$14.821 y gastos financieros incurridos durante el año 2009.

### Gobierno:

#### Pagos e Impuestos

Durante 2009, las operaciones de Sodimac pagaron al estado un total de M\$6.373 por concepto de diferentes impuestos.

### Comunidad:

#### Aportes e Inversiones

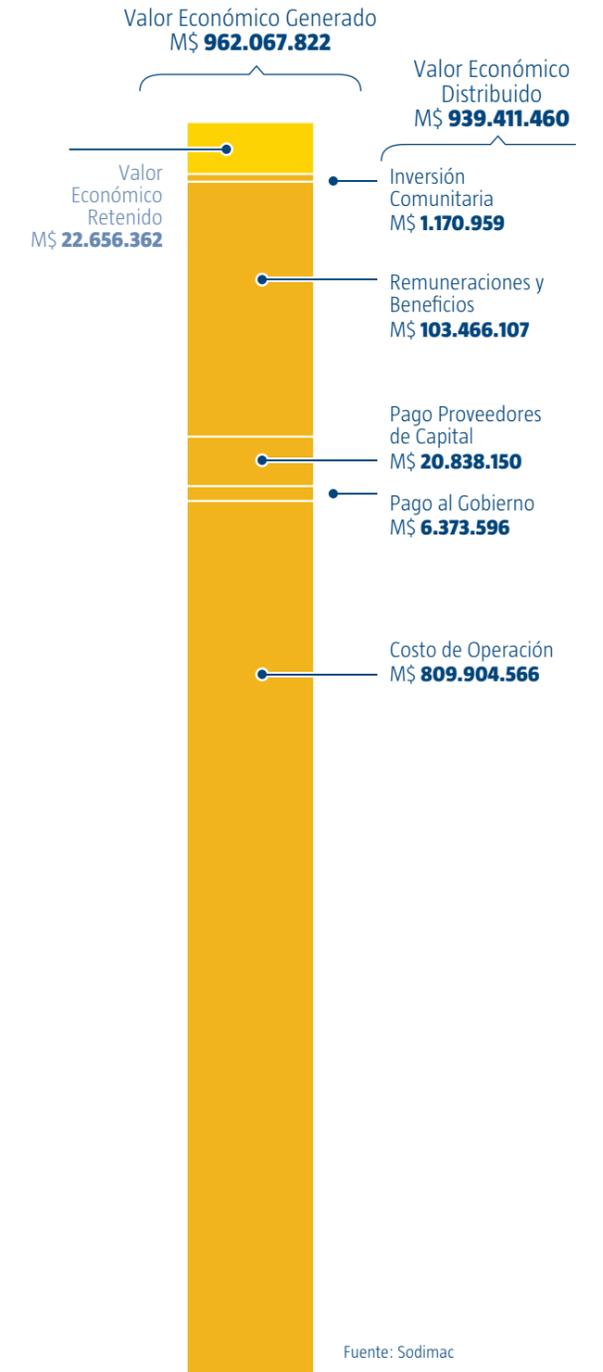
Las inversiones realizadas por Sodimac en diferentes proyectos durante 2009, y que impactaron positivamente en la comunidad, ascendieron a M\$1.170.959 un 11,8% menos que el ejercicio anterior. Estos se invirtieron en diferentes programas como: Plan Buen Vecino-Sodimac en Acción, Becas CES, Talleres Comunitarios HUM, Programa Abre-Teletón, Un Techo para Chile y Fundación Nuestros Hijos.

### Asistencia Financiera recibida por Sodimac

Durante el año 2009 Sodimac utilizó M\$717.823 de su franquicia SENCE para beneficiar y apoyar a sus trabajadores en ámbitos de formación y capacitación. Adicional a este monto la empresa invirtió M\$351.850, sumando una cifra total de M\$ 1.069.673.

	2009 M\$	2008 M\$
<b>Donaciones</b>		
Franquicia Tributaria	33.147	67.002
<b>Activo Fijo</b>		
Uso franquicia (tope UTM 650)	23.960	24.474
<b>Crédito SENCE</b>		
Certificado SENCE	717.823	733.400
<b>Total</b>	<b>774.930</b>	<b>824.876</b>

Fuente: Sodimac



Fuente: Sodimac

# Impactos Económicos Indirectos

Las operaciones de toda empresa generan impactos positivos y negativos; 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, hemos realizado los esfuerzos para incorporar datos cuantitativos en cada uno de estos impactos:

## Mayor Accesibilidad de Productos de Ahorro

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. Por ejemplo, los 1.754 productos responsables que hemos podido identificar y que cuentan con respaldos y verificaciones que acreditan su variable ecológica-social. Todo esto nos permite entregar a nuestros clientes estándares de calidad, fomentando el ahorro y cuidado del medioambiente. Más información en el capítulo Compromiso con el Medioambiente.

## 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 pymes.

Por segundo año consecutivo, Sodimac impartió el curso de Producción Responsable para Proveedores Pymes. La iniciativa es apoyada por la Cámara Nacional de Comercio y el Banco Interamericano del Desarrollo e implementada por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Más información en el capítulo Nuestros Proveedores.

## 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. En 2009, capacitamos a 15.212 trabajadores con un total de 472.112 horas. Más información en el capítulo Nuestros Trabajadores.

## Programas de Capacitación y Autoconstrucción Comunitaria

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 2009 se implementaron 81 talleres y 10 proyectos, en la Región Metropolitana. Más información en el capítulo Compromiso con la Comunidad.

## Capacitación de Maestros

Becas dirigidas a maestros, socios del programa Círculo Especialistas Sodimac (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. En 2009 el CES alcanzó los 186.256 socios, entregando 800 becas a especialistas de la construcción para ir a formalizar su oficio a las universidades con las cuales Sodimac tiene alianzas. Más información en el capítulo Compromiso con la Comunidad.

## Beneficio para Vecinos

Respecto al desarrollo e impactos de las inversiones en infraestructura, la empresa posee una serie de inversiones en iluminación, áreas verdes y obras viales que son parte de las normativas municipales para cada apertura de tienda y que de manera indirecta generan impactos positivos a la comunidad.

Hemos procurado ir más allá desarrollando el programa Buen Vecino y Sodimac en Ac-

ción que, a través de fondos concursables, tiene por finalidad recibir peticiones locales y evaluar, en conjunto con los trabajadores, aquella solicitud que genere el mayor impacto social en la comunidad local, que sea medible y permita a la empresa aportar con sus conocimientos, materiales y mano de obra.

En 2009 se implementaron 55 proyectos en diversas comunas del país donde tenemos presencia como empresa, beneficiando a 28.764 personas.

CAPACITACIÓN DE TRABAJADORES		
	2008	2009
Horas Totales Capacitación Sodimac	606.766	472.112
Horas Capacitación Sence	186.311	156.749
Nº Trabajadores Totales Capacitados	18.731	15.212
Nº Trabajadores Sence Capacitados	16.095	16.320

CÍRCULO ESPECIALISTAS SODIMAC (CES)		
	2008	2009
Socios	148.652	186.256
Becas	1200	800

PROGRAMA HÁGALO USTED MISMO		
	2008	2009
Talleres	155	81
Proyectos Comunitarios	48	10

PLAN BUEN VECINO – SODIMAC EN ACCIÓN		
	2008	2009
Nº Proyectos	41	55
Tiendas, Centros de Distribución y Oficinas de Apoyo participantes	46	58

Fuente: Sodimac

Gobierno Corporativo  
y Ética Empresarial

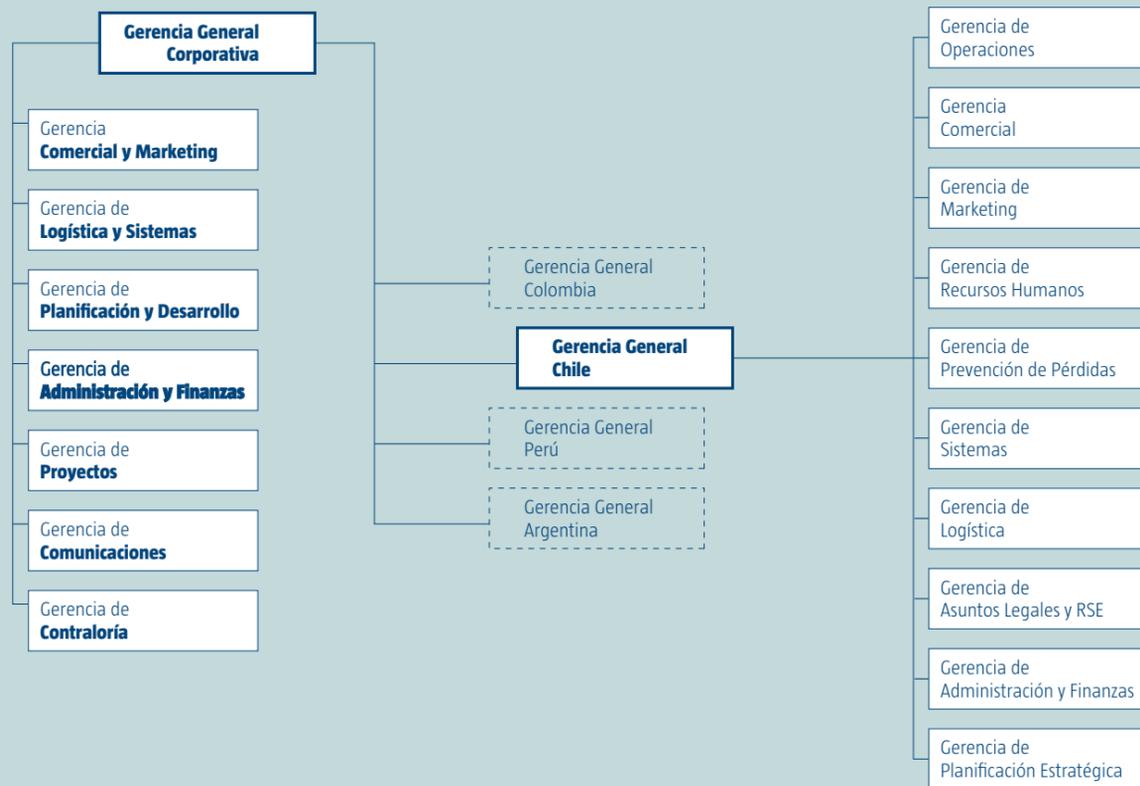
- GRI
- 2.9
- 4.1
- 4.2
- 4.3
- 4.4
- 4.5
- 4.6
- 4.7
- 4.8
- 4.9
- 4.10
- 4.11
- HR1
- HR2
- HR3
- HR6
- HR8
- SO2
- SO3
- SO4
- PG-1
- PG-2
- PG-4
- PG-5
- PG-10

## Gobierno Corporativo

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 económico, social y medioambiental de la empresa en nuestro país.

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. De esta misma forma la Junta de Accionistas evalúa anualmente la gestión y desempeño del Directorio de acuerdo a las metas fijadas para el período en materia económica, social y medioambiental.

### ORGANIGRAMA



## Directorio



De pie:

**Carlos Heller Solari**  
Empresario

**Alfredo Moreno Charme\***  
Ingeniero Civil Industrial  
Universidad Católica de Chile

**Juan Carlos Cortés Solari**  
Ingeniero Comercial  
Universidad de Nevada, USA

**Carlo Solari Donaggio**  
Ingeniero Civil Industrial  
Universidad Católica de Chile

Sentados:

**José Luis del Río Goudie**  
Ingeniero Civil Industrial  
Universidad Católica de Chile

**Juan Cúneo Solari**  
Vicepresidente  
Ingeniero Comercial  
Universidad Católica de Chile

**Juan Pablo del Río Goudie**  
Presidente  
Arquitecto  
Universidad Católica de Chile

**Cecilia Karlezi Solari**  
Empresaria

**Nicolás Majluf Sapag**  
Ingeniero Civil Industrial  
Universidad Católica de Chile

\*En sesión de directorio del 26 de febrero de 2010, el Sr. Alfredo Moreno Charme presentó su renuncia.

Es el máximo órgano ejecutivo de la empresa. Está constituido por nueve destacados profesionales y emprendedores nombrados por los Accionistas. Entre ellos, los señores Juan Carlos Cortés Solari, Nicolás Majluf Sapaj y Alfredo Moreno Charme son nombrados por los accionistas mayoritarios de la empresa.

### Procedimientos y Regulaciones del Directorio

El Presidente, el señor Juan Pablo del Río Goudie y demás integrantes del Directorio no poseen cargos ejecutivos en la empresa, permitiendo la independencia en las decisiones del ejecutivo en materia de gestión económica, social y medioambiental.

Los mecanismos de comunicación para hacer llegar indicaciones o propuestas se encuentran regulados por la ley de sociedades anónimas. Esto incluye hacer llegar una carta con las inquietudes o solicitud de entrevista al máximo órgano de gobierno para cualquier categoría de accionista.

En el caso de los trabajadores, éstos mantienen canales abiertos a través de sus representantes, quienes se encuentran en permanente diálogo con los miembros del Comité Ejecutivo Sodimac Chile, a través del cual se canalizan las inquietudes o recomendaciones de los trabajadores al Directorio. En materia de gestión Ética e Integridad Corporativa, se encuentra en período de instalación un nuevo mecanismo con representación y estructura formal en los distintos niveles de la compañía incluyendo el Directorio.

Durante el período reportado, se trataron los objetivos estratégicos para enfrentar la crisis como son asegurar la operación y "cuidar la casa" con importantes implicancias económicas y un rol preponderante de los trabajadores.

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 2009 correspondió a 20 UF y un presupuesto de gastos que asciende

a 750 UF. Esta asignación es informada en nuestra memoria financiera y reporte comercial cumpliendo con la normativa legal dispuesta por la Superintendencia de Valores y Seguros.

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.

Históricamente Sodimac ha mantenido estrictos lineamientos éticos y gestión precautoria con énfasis en el ámbito económico. Sin embargo, en 2007 la compañía, a través de su Directorio, Comité Ejecutivo Corporativo y Comité Ejecutivo Sodimac Chile, adopta la Responsabilidad Social (RS) como una herramienta estratégica y transversal que amplía este enfoque hacia la gestión de las dimensiones medioambiental y social. Esta visión queda formalmente manifiesta en la Política o Compromiso con la Sostenibilidad, que considera la escucha atenta y respuesta a sus Partes Interesadas. Al mismo tiempo Sodimac formaliza esta visión de negocios, adhiriendo a estándares internacionales como el Pacto Global de las Naciones Unidas, formando parte del Comité Espejo Chile – ISO 26000 y reportando la gestión de RS a través de la metodología del Global Reporting Initiative (GRI).

### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Gobierno Corporativo

Pregunta:	Conozco quiénes integran el Directorio de mi empresa.	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
		4,08	3,91	4,10	4,32

## 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.

La misión de este Comité, liderado por su Gerente General Corporativo el señor Sandro Solari, 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, 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 económico, social y medioambiental de Sodimac en Chile. Está formada por el señor Eduardo Mizón, Gerente General y por las gerencias de Operaciones, Comercial, Marketing, Recursos Humanos, Prevención, Sistemas, Logística, Asuntos Legales y RSE, Administración y Finanzas y Planificación Estratégica.

Cada semana este Comité realiza una reunión de seguimiento y trimestralmente se realiza un Track de Planificación estratégica, informando los resultados de las diferentes gerencias, los que finalmente son comunicados al Directorio a través de su Gerente General.

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

### Remuneraciones 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 2009 un total de remuneraciones e incentivos de M\$ 7.366.288; en el año 2008 la cifra fue de M\$ 7.790.110.

En lo que respecta a las indemnizaciones pagadas a los ejecutivos durante el año 2009 la cifra ascendió a M\$ 147.890, en 2008 fue de M\$ 65.539.

El sistema de incentivos implementado por la compañía constituye una herramienta de administración de la Gerencia General que busca alinear a los gerentes y ejecutivos de la empresa en torno a los objetivos definidos por dicha gerencia para el período considerado.



### Comité Ejecutivo Corporativo

De pie, de izquierda a derecha: Sentados, de izquierda a derecha:

- Francisco Torres Larrain**  
Gerente Comercial y Marketing Corporativo
- Sandro Solari Donaggio**  
Gerente General Corporativo
- Alejandro Inzunza Ulloa**  
Gerente de Planificación y Desarrollo Corporativo
- Rubén Escudero Pinto**  
Gerente de Logística y Sistemas Corporativo
- Alejandro Hörmann Orezoli**  
Gerente de Comunicaciones Corporativo
- Eduardo Isaacson Plaza**  
Gerente de Proyectos Corporativo
- Nicolás Cerda Moreno**  
Contralor General Corporativo
- Daniel Lazo Varas**  
Gerente de Administración y Finanzas Corporativo



### Comité Ejecutivo Sodimac Chile

De pie, de izquierda a derecha: Sentados, de izquierda a derecha:

- Sergio Dittborn Barros**  
Gerente de Recursos Humanos
- Octavio Donoso Alarcón**  
Gerente de Sistemas
- Oswaldo García Dans**  
Gerente de Operaciones
- Francisco Errázuriz López**  
Gerente de Abastecimiento y Logística
- Sergio Migliorini Tacconi**  
Gerente de Prevención y Perdida
- Juan Carlos Corvalán Reyes**  
Gerente de Asuntos Legales y RSE
- Fernando Valenzuela del Río**  
Gerente de Finanzas
- María Teresa Herrera Azócar**  
Gerente de Marketing
- Eduardo Mizón Friedemann**  
Gerente General
- Claudia Castro Hruska**  
Gerente de Planificación Estratégica
- Felipe Pesce Suárez**  
Gerente Comercial

## Ética Empresarial

En Sodimac damos especial importancia al cumplimiento de los derechos civiles, laborales y políticos de las personas y procuramos desenvolvernos por altos parámetros éticos en el desarrollo de nuestro negocio.

Estamos convencidos que la sostenibilidad de nuestra empresa pasa por instalar y fortalecer los mecanismos que salvaguarden los valores, principios éticos, el respeto de los derechos humanos en toda su expresión y el rechazo a las prácticas de corrupción.

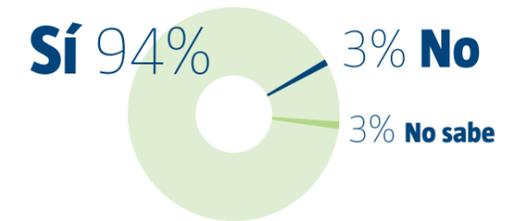
En el total de nuestros acuerdos de inversión se respetan las normativas legales vigentes en nuestro país, se consideran los principios éticos como clave de la transparencia en los negocios y se tiene en consideración y respetan los Derechos Humanos. Por lo mismo, hemos desarrollado formularios en español, inglés y chino, para que sean leídos, considerados y firmados por nuestras contrapartes. Al 2009, al menos en un 40% de los acuerdos de negocios significativos, se firmó un formulario de Responsabilidad Social que considera entre sus cláusulas el respeto a los Derechos Humanos. (Más Información en Capítulo Nuestros Proveedores).

Adicionalmente hemos adherido y participamos en iniciativas nacionales e internacionales que promueven, estandarizan y fomentan la comunicación de los principios y valores de la sostenibilidad como son el Pacto Global de las Naciones Unidas, Chile Transparente, Comité Espejo Chile - ISO 26000, Acción RSE, PROhumana, Generación Empresarial y la Iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI).

Para lograr la promoción de estos principios éticos entre nuestros trabajadores, proveedores y clientes, hemos construido un conjunto de instrumentos específicos que sirvan de base y orientación para las buenas prácticas y conductas a lo largo de nuestra cadena de valor.

### IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD

¿Considera usted que la ética es un factor que impacta a la empresa en materia de competitividad?



Fuente: Barómetro de Valores y Ética Empresarial 2009. Generación Empresarial.



## Sodimac: Erradicación del Trabajo Infantil

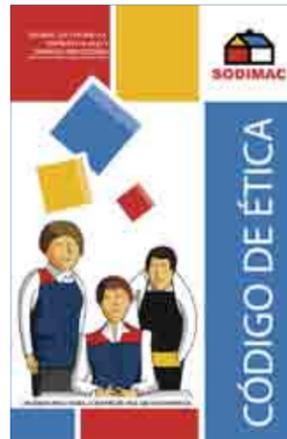
Sodimac se ha comprometido con especial interés en la erradicación del trabajo infantil y el trabajo forzado en toda la cadena de aprovisionamiento. Con este objetivo aceptamos participar en diversas mesas de diálogo realizadas por el Comité Nacional para la Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil, coordinado por el Ministerio del Trabajo y Previsión Social y la Organización Internacional del Trabajo.

En junio de 2009 apoyamos el Foro: "Chile sin Trabajo Infantil: el aporte del mundo empresarial" y en julio del mismo año nuestro Gerente General participó junto a la Ministra del Trabajo y Previsión Social en la "Comemoración del Día Mundial Contra el Trabajo Infantil", instancia en la que Sodimac se comprometió con esta causa impulsada por la Organización Internacional de Trabajo (OIT), la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC) y el Ministerio del Trabajo.

### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Derechos Humanos

Pregunta:	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
Rechazar el trabajo infantil, es un principio para mi empresa.	4,48	4,29	4,51	4,69

## Normativa Ética en Sodimac



### Código de Ética

Este código es entregado a todos los trabajadores por la jefatura directa para su lectura y posterior firma que acredita que el trabajador está en conocimiento de las normas éticas y se compromete a su total cumplimiento.

### Reglamento de Orden, Higiene y Seguridad

Adicional al Código de Ética, la compañía cuenta con el 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.

En este contexto, la empresa cuenta con un mecanismo interno claro y objetivo para canalizar las denuncias e investigación de casos identificados como acoso sexual. Los detalles de este procedimiento se encuentran disponibles para todos los trabajadores en

el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, entregados al momento de incorporarse a la empresa. Es importante destacar que en 2007 se recibieron 6 denuncias, 4 en 2008 y 4 en 2009; de estos últimos, se terminó el proceso con una causa absuelta, dos con amonestación escrita y una con amonestación verbal.

### Transparencia Comercial Sodimac - Proveedores

Complementariamente hemos fijado como objetivo que las relaciones comerciales entre Sodimac y sus Proveedores se desarrollen en un marco de ética y transparencia y hemos reunido estos principios en un instrumento público que denominamos Transparencia Comercial Sodimac (TCS), documento que define a la Contraloría de Sodimac, como la entidad interna de la compañía para garantizar el cumplimiento de este marco regulatorio. Durante los últimos tres años, la gerencia de Contraloría no ha recibido reclamos o denuncias formales por parte de los proveedores.



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, independiente del nivel en que se desempeñen.

## Programa Probidad Corporativa Sodimac

Como parte de nuestro esfuerzo por aumentar la confianza en Sodimac de nuestros trabajadores, clientes, inversionistas, proveedores y comunidades, creemos necesario mejorar la normativa interna a través de la puesta en marcha del Programa de Probidad Corporativa; esto con el objetivo de acercar y actualizar los instrumentos, creando un sistemas que apunte a fortalecer la gestión de ética, reputación y sostenibilidad en el largo plazo.

Bajo esta premisa, desde fines de 2008, las Gerencias de Contraloría, Responsabilidad Social y Recursos Humanos han desarrollado, en conjunto con la Universidad Alberto Hurtado y Gestión Social, el Programa Integridad Corporativa, cuyo objetivo es identificar, prevenir y abordar eventuales casos que puedan dañar la seguridad, imagen y sustentabilidad de la empresa.

Este programa se implementó en tres etapas que comprenden Diagnóstico y Actualización del Código de Ética, Diseño Sistema de Gestión: Estructura de Apoyo a la Integridad y Capacitación y Comunicaciones.

### FLUJO PROGRAMA PROBIDAD CORPORATIVA



## Capacitación de Asistentes Sociales

En noviembre se realizó una capacitación a un grupo de 40 Asistentes Sociales de la empresa quienes, además de su rol, ejercerán como los Consejeros de Ética al interior de Sodimac. En esta capacitación se entregó información de cómo funciona el sistema de gestión ética y los elementos incorporados.

### SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA INTEGRIDAD CORPORATIVA



## Prevención en Tiendas

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

Cada año el sistema arroja un número determinado de casos relacionados con riesgos de corrupción en tiendas, bodegas, filiales y oficinas de apoyo. De estos casos, se analizó el 63,5% en 2007 y el 100% en 2008 y 2009.

Adicionalmente 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 10,6%, en 2008 un 11,8% y en 2009 un 10,6% de acuerdo al total de la dotación de la compañía.

Durante el año reportado, producto del plan de contingencia y con el objetivo de hacer más eficientes los recursos de capacitación, se decidió no realizar el curso de Desarrollo de Líderes de Tiendas, priorizando la continuidad de aquellos cursos como prevención, seguridad y auditoría.

Nº DE CASOS AUDITADOS	2007	2008	2009
Tiendas	61	64	65
Bodegas	17	23	25
Filiales (*)	6	3	3
Oficinas de Apoyo	127	128	142
Total	211	218	235

Filiales: Empresas en sociedad relacionada con Sodimac.  
Fuente: Sodimac

CURSOS DE ENTRENAMIENTO	Nº DE EMPLEADOS		
	2007	2008	2009
Capacitación DLT	253	301	-
Prevención y Pérdidas	475	462	370
Seguridad Externa	900	1.160	1.144
Auditoría Interna	16	16	16
Total	1.644	1.939	1.530
Total Trabajadores	15.430	16.401	14.410

\* DLT: Cursos Desarrollo de Líderes de Tiendas  
Fuente: Sodimac



Fuente: Barómetro de Valores y Ética Empresarial 2009. Generación Empresarial.

## Medidas de Control y Gestión en Tiendas

Durante el 2009, la Gerencia de Contraloría continuó con el desarrollo del sistema computacional denominado "Panel de Control Remoto", cuyo objetivo es detectar tempranamente cualquier desviación relacionada con procedimientos contables y financieros preestablecidos.

Dentro de las medidas más usadas frente a incidentes de corrupción detectados en Sodimac, se encuentran los inventarios generales, selectivos y diarios. Las situaciones detectadas en los informes permiten adoptar diferentes medidas, tales como: capacitación y despido, entre otras.

Este año se incorporó al Panel de Control la gestión de otras áreas de la empresa, tales como: Venta Empresas, Finanzas, Tesorería, Prevención Pérdidas y Operaciones en las regiones Austral, Sur y Quinta, existiendo un plan de réplica nacional para el 2010.

MEDIDAS PARA ENFRENTAR LA CORRUPCIÓN				
Situaciones Detectadas	Medidas Adoptadas	2007	2008	2009
<b>Mermas</b>				
(Robos Detectados)	Inventarios Generales	73	61	65
	Inventarios Selectivos	49	94	88
	Inventarios Diarios	28.080	31.320	22.907
	Panel de Control	385	830	664
Fallas de Procedimientos	Capacitación	12	24	26
Abuso de Poder	Despido	-	-	-
Apropiación Indebida	Despido	-	-	-
Comportamiento Inadecuado	Despido	-	-	-

Fuente: Sodimac

Nuestros Trabajadores



# Sindicatos: Diálogo en tiempos de Crisis

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



Sodimac posee dos sindicatos a nivel nacional asociados a un sólo RUT y que a 2009 cuentan con 9.241 trabajadores afiliados y una tasa de sindicalización del 64,1%, índice muy superior a la tasa de sindicalización a nivel nacional.

Apelando a esta relación de confianza y transparencia cultivada por largos años entre la empresa y los sindicatos, la compañía compartió con sus dirigentes el plan estratégico para enfrentar la crisis y acogió la principal preocupación de las organizaciones sindicales por mantener los empleos, evitando hasta donde fuese posible las desvinculaciones masivas.

En sintonía con este compromiso, ambos sindicatos acordaron reducir algunos beneficios pactados en los respectivos contratos colectivos; al mismo tiempo la empresa acordó con el sindicato establecer un esquema de mejo-

ra de condiciones salariales distribuida en el tiempo, apostando así a una recuperación hacia el año 2010 que permitiera a la empresa absorber los costos de la negociación en un mejor escenario de ingresos.

En este escenario podemos decir que históricamente y especialmente durante 2009, la empresa no ha tenido denuncia de actividades ni ha realizado acciones en las cuales el derecho a la libertad de asociación de los trabajadores corra algún tipo de riesgo. Por el contrario, todas las actividades apuntan al fomento y mejoramiento de este valioso capital de relaciones claras y transparentes entre empresa y organizaciones sindicales.

TRABAJADORES SINDICALIZADOS



Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Política de los Sindicatos

Pregunta:	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
Para mi empresa es importante que exista un diálogo permanente con los sindicatos y empleados u organismos que los representen	4,53	4,43	4,12	4,1

RANKING PROHUMANA: ESCALA 1 A 5

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

## Así dialogamos con nuestros trabajadores

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

### Revista Nuestra Casa

Uno de los canales de comunicación internos más importantes es la Revista Nuestra Casa, con un tiraje de 14.500 ejemplares que, trimestralmente llega 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 un contacto virtual para consultas sugerencias e inquietudes, estableciendo un diálogo 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 diálogo interno y el intercambio de opiniones como son: Reuniones trimestrales en las Oficinas de Apoyo, Tiendas y Centros de Distribución; reuniones diarias antes de la apertura de cada local, donde todos los trabajadores tienen una instancia para un diálogo directo con el gerente de tienda y otras jefaturas.

### Reuniones con Sindicatos

Sodimac tiene como práctica la realización de reuniones mensuales con las directivas de sus dos organismos sindicales, donde se abordan todos los temas de interés recíproco y aquellas materias que tengan relación con cambios operacionales.

### Comités Paritarios

Sodimac cuenta con Comités Paritarios en todas sus instalaciones en cumplimiento con el Programa de Prevención de Riesgos de la compañía.



## Un Cierre Responsable en La Florida

La tienda de Homecenter La Florida, fue uno de los primeros locales que Sodimac inauguró en nuestro país. Esta tienda, reconocida por su buena ubicación, paulatinamente fue perdiendo relevancia a raíz de sucesivas aperturas de nuevos locales que la empresa realizó en el perímetro.

Actualmente no tenía Patio Constructor, ni capacidad para carga de materiales. Sólo contaba con estacionamientos subterráneos sin loza reforzada y una serie de otras desventajas que la transformaban en una tienda de generación muy antigua.

En un proceso responsable de cierre y en conversación con los sindicatos, más del 90% de su personal fue reubicado en otras tiendas de comunas cercanas, confirmando una vez más, el compromiso de la empresa con sus trabajadores.

## Nuestros Trabajadores

Con esta visión, es que tomamos la decisión estratégica de enfrentar la brave crisis económica mundial, evitando los despidos masivos de trabajadores.

La baja en el número de trabajadores total en 2009, se debe a un plan de Recursos Humanos que consistió en la no renovación de contratos a plazo fijo y no generar nuevas contrataciones con el objetivo de proteger y mantener a nuestros trabajadores con contrato indefinido.



Durante 2009 la rotación promedio mensual disminuyó, generando uno de los índices más bajos en los últimos tres períodos. Esto resulta muy relevante en un sector caracterizado por una alta exigencia y movilidad laboral, especialmente en trabajadores menores de 30 años.

## Remuneración Inicial

La política salarial de Sodimac ofrece a sus trabajadores una renta de ingreso de entrada a la compañía siempre por sobre el Ingreso Mínimo Legal establecido a nivel país.

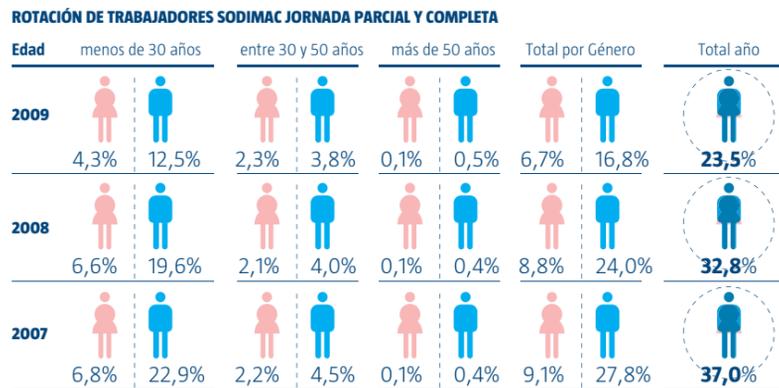
Se entiende por un trabajador con ingreso de entrada, aquel que recién se incorpora en la empresa, menor de 30 años, generalmente no cuenta con experiencia anterior, no posee capacitación ni estudios superiores y en un alto porcentaje es recién egresado del sistema de educación secundaria siendo éste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

DOTACIÓN DE TRABAJADORES						
REGION	2007		2008		2009	
	Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial
Zona Norte	1.371	634	1.492	733	1.366	516
Zona Centro	1.510	895	1.585	798	1.151	486
Zona Sur	2.398	1.519	2.561	1.392	2.685	1.123
Región Metropolitana	4.819	2.284	5.438	2.402	5.161	1.922
<b>TOTAL</b>	<b>10.098</b>	<b>5.332</b>	<b>11.076</b>	<b>5.325</b>	<b>10.363</b>	<b>4.047</b>

(\*) Jornada Completa: 45 horas de trabajo. (\*) Jornada Parcial: menos de 45 horas de trabajo. Fuente: Sodimac

TRABAJADORES POR TIPO DE CONTRATO						
Tipo de Contrato	2007		2008		2009	
	Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial
Contrato Indefinido	9.515	3.817	10.265	3.903	9.863	3.454
Contrato Plazo Fijo	583	1.515	811	1.422	500	593
<b>TOTAL</b>	<b>10.098</b>	<b>5.332</b>	<b>11.076</b>	<b>5.325</b>	<b>10.363</b>	<b>4.047</b>

(\*) Jornada Completa: 45 horas. (\*) Jornada Parcial: menos de 45 horas de trabajo. Fuente: Sodimac



Fuente: Sodimac.  
(\*) Rotación = (Egresos anuales) / Dotación Diciembre. Se consideran todas las causales de despido

SALARIO MÍNIMO PAÍS VS SODIMAC			
Año	Salario Mínimo País	Salario Inicial Sodimac	Relación Sodimac vs País
2009	165.000	232.910	1,41
2008	159.000	228.585	1,44
2007	144.000	216.149	1,50

(\*) Sueldos Brutos. (\*) Salario Inicial Sodimac considera gratificación. Fuente: Sodimac

→ Sodimac siempre ha privilegiado la contratación de Jornada Completa por sobre la Jornada Parcial como una forma de fomentar la empleabilidad y la formación de Profesionales del Retail.



## Subcontratación en Sodimac

Sodimac cuenta desde el 2006 con una Unidad de Subcontratación destinada exclusivamente a diseñar e implementar políticas que garanticen el cumplimiento de las obligaciones laborales y mejoramiento de las condiciones laborales hacia los trabajadores externos. 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.

Hemos confeccionado un 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 2009, la Unidad de Subcontratación ha ejecutado el derecho legal de retención, obteniendo más de \$70 millones correspondiente a facturas de distintas empresas. El objetivo de este derecho es preocuparse y ayudar a los trabajadores externos regularizando sueldos atrasados, imposiciones y finiquitos. Además, hemos avanzado en la implementación de servicios de empaques universitarios abarcando un total de 14 tiendas. El objetivo de este servicio es apoyar a los jóvenes universitarios para costear sus estudios y al mismo tiempo disminuir el trabajo en jóvenes menores de 18 años. En lo que respecta a la formalidad, Sodimac tiene suscrito con cada una de las organizaciones universitarias, un acuerdo a través del cual se regula la estadía y funcionamiento del servicio de empaques.

Durante 2009, las revisiones realizadas por la autoridad en materia de subcontratación, alcanzaron las 11 fiscalizaciones con una multa que se encuentra en trámite.

TRABAJADORES SUBCONTRATADOS	2008	2009
Empresas Externas (*)	35	39
Nº de trabajadores	2.200	2.505
Nº de fiscalizaciones	19	11
Nº de Multas	0	1

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

## Comprometidos con la Empleabilidad para los Jóvenes

Sodimac se caracteriza por dar trabajo y contratar a jóvenes menores de 30 años sin solicitar experiencia previa, ni estudios superiores, brindando así la posibilidad de tener su primer empleo a numerosos jóvenes recién egresados de enseñanza media, generando así una oportunidad de "hacer carrera" al interior de la empresa.

Por este motivo, en julio de 2009 la Presidenta de La República Michelle Bachelet, escogió a Homecenter Peñalolén, como escenario para incentivar la postulación del Subsidio de Empleo Joven.

# Capacitación: Escuela de Excelencia Sodimac



La Escuela de Excelencia Sodimac está constituida desde el año 1996 con la misión de entregar capacitación y formación de competencias a nuestros trabajadores. Para este objetivo contamos con un Organismo Técnico Ejecutor de Capacitación (OTEC), entidad independiente de Sodimac y que cuenta con certificación bajo las normas ISO 9001 y NCH 2728.

### Objetivos:

- Promover la igualdad de posibilidades de desarrollo de carrera, de acuerdo a los méritos personales y laborales de cada trabajador.
- Diseñar y ejecutar programas de capacitación y formación exclusivos para los trabajadores de Sodimac, contruidos en función

de las particularidades del negocio y de la estrategia definida por su Directorio compuesto por ejecutivos de la compañía.

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

Durante 2009, en el contexto de la crisis, hubo una reducción del 22,1% en las horas de capacitación con respecto al 2008. Sin embargo, la incorporación de nuevas técnicas de enseñanza que incluyeron talleres y cursos realizados por los ejecutivos, que, además de no originar nuevos costos, generaron un gran impacto. El propósito de la gerencia de recursos humanos fue no perder, a pesar de la crisis, la oportunidad de ofrecer capacitación, lo que se tradujo en que durante el año se capacitaron 15.212 trabajadores.

HORAS DE CAPACITACIÓN COMPAÑÍA		
Año	Nº Trabajadores	Horas Utilizadas
2007	17368	578574
2008	18731	606766
2009	15212	472112

HORAS DE CAPACITACIÓN SENCE		
Año	Nº Trabajadores	Horas Utilizadas
2007	15320	172791
2008	16095	186299
2009	16320	156749

TIPO DE CARGO	HORAS DE CAPACITACIÓN
Jefe	56.375
Supervisor	20.617
Administrativo	17.014
Operativo	374.641
Otros (*)	3.464
Total	472.112

(\*): Trabajadores capacitados que no continúan en la empresa.

Fuente: Sodimac



## Premio SENCE a la Capacitación en Sodimac

Con mucho orgullo y satisfacción hemos recibido de parte del Servicio Nacional de Capacitación del Estado (SENCE), un importante reconocimiento a la labor de Sodimac en la Formación y el Desarrollo de sus trabajadores en julio de 2009, al reconocerla como la compañía que más trabajadores capacitó en Chile durante el año 2008. Este premio fue el resultado de haber efectuado 606.766 horas de capacitación, de las cuáles 176.431 horas fueron realizadas vía recuperación de Franquicia Tributaria.



## Capacitación de Productos en Tiendas

La capacitación para los trabajadores de tiendas, está orientada a la entrega de herramientas que les permitan a éstos contar con las competencias necesarias para atender con excelencia a nuestros clientes, con foco en la capacitación de productos.

En la búsqueda de distintas metodologías que nos permitieran llegar a más trabajadores, en un año complejo, se realizaron: 2 Ferias de Capacitación de Expertos con un total de 280 trabajadores participantes. Para llevar a cabo este proceso, se enviaron a las tiendas de todo el país 4 Vídeos de Capacitación de Productos, los cuáles debían ser replicados en dichas tiendas, bajo una metodología estándar.

## Capacitación Oficina de Apoyo

Durante el año 2009, se llevaron a cabo 66 cursos de capacitación, en los cuales participaron 1165 trabajadores de la Oficina de Apoyo. Lo destacable del año, es que un staff de Ejecutivos de la Compañía entre los que se contaban el Gerente General, Gerente de Recursos Humanos, Gerente de Administración y Finanzas, entre otros, realizó una serie de talleres y/o charlas destinadas a nuestros trabajadores.

Las actividades desarrolladas apuntaban a la capacitación y formación de los trabajadores, en las siguientes temáticas:

- Administración del Tiempo
- Cultivando un Servicio de Calidad I y II
- Formación de Instructores
- Negociación
- Presentaciones Efectivas
- Uso de herramientas tecnológicas
- Contabilidad básica, entre otros.

## E Learning

Para el año 2009, se mantuvieron los cursos de capacitación que se dictaban bajo la metodología E-learning, tanto en productos como atención de cajas. El foco del trabajo estuvo en aumentar la oferta de capacitación, incluyendo a todas las tiendas del país (hasta el año 2008, sólo 28 tiendas contaban con equipamiento para e learning) Lo anterior, nos permitió capacitar a 3912 trabajadores en 2009, siendo 18.1% superior al 2008.



### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Política de Capacitación

Pregunta:	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
A mi empresa le interesa que sus empleados se capaciten	4,42	4,37	4,18	4,42

# Desarrollando al Profesional del Retail

Sodimac ha declarado que el desarrollo profesional y una carrera ascendente de sus trabajadores es una de las variables claves de su gestión para potenciar el crecimiento y la realización del capital humano.

## Evaluación de Desempeño

La Evaluación de Desempeño (EDD), es un procedimiento formal que se realiza una vez al año en toda la compañía. Se fundamenta en el principio de mejoramiento continuo y contempla la evaluación integral de cada trabajador.

El proceso lo realiza la jefatura directa de cada trabajador, en una fecha establecida y conocida por todos al interior de la compañía y es apoyada por una campaña comunicacional y de capacitación interna.



## Alcances de la Evaluación de Desempeño

Como ejemplo de la relevancia del proceso de evaluación de desempeño entre nuestros trabajadores, en Sodimac existen distintas implicancias asociadas a la obtención de una nota igual o superior a 5.5, tales como:

- Postulación a Concursos Internos dentro de la compañía.
- Postulación y Obtención a Becas de Estudios
- Incremento de renta en un 4% automático (siempre y cuando el tramo en la escala de renta lo permita).

En relación a este último punto, un alto porcentaje de nuestros trabajadores han sido beneficiados con el reajuste del 4% en su remuneración, al obtener una nota de EDD igual o superior a 5.5.

DISTRIBUCIÓN DE REAJUSTE POR EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO			
Año	Nota mínima para reajuste 4%	Número de personas	% Del total de la dotación
2008	5,5	7.361	49,3%
2009	5,5	7.406	52,7%

Fuente: Sodimac

### DIAGRAMA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

#### Antes

- > Recolectar Información
- > Completar Formulario de Evaluación de Desempeño

#### Durante

- > Realizar Comité de Gerencia
- > Realizar Retroalimentación a los Evaluados
- > Definir Plan de Trabajo y Expectativas Futuras

#### Después

- > Hacer Seguimiento

## Evaluación por Competencias

El año 2009 por primera vez se introduce el modelo de evaluación por competencias que permite dirigir, delinear y coordinar de mejor manera los esfuerzos y capacidades del trabajador en pos de los objetivos de la compañía.

Durante marzo del año 2009 se capacitó en el Modelo de Gestión y Evaluación por Competencias a las distintas jefaturas de tienda a nivel nacional, abarcando un 95% de la dotación de los cargos de: Supervisores de Cajas, Jefes de Cajas, Jefes de Departamento, Jefes de RR.HH, Subgerentes y Gerentes de Tienda.

### Jefaturas capacitadas:

1.064

### Horas de Capacitación:

3.991

### Cursos Realizados:

77

### Competencias evaluadas en los distintos cargos de tienda:

- > Visión de mercado
- > Orientación a los Resultados
- > Pensamiento Analítico
- > Eficiencia Operativa
- > Orientación al Cliente
- > Conciencia del Cliente
- > Liderazgo
- > Gerencia del desempeño
- > Desarrollo de la gente
- > Trabajo en equipo
- > Compromiso con Sodimac
- > Integridad
- > Impacto e Influencia
- > Tolerancia a la presión
- > Flexibilidad



## Desarrollo de Carrera y Plan de Sucesión

Es un proceso que permite detectar el potencial de desarrollo de una persona, para ocupar un cargo considerado estratégico o clave, en un área determinada.

El Plan constituye un sistema de identificación, medición y desarrollo de competencias laborales, que permite la planificación de carrera dentro de la organización y facilita la toma de decisiones en los ascensos.

permite conocer aquellas competencias que han alcanzado un buen nivel de desarrollo, y también aquellas en las que necesita trabajar para llegar al nivel que requiere un cargo superior.

El año 2009 se efectuó el proceso de Plan de Sucesión en todas las tiendas del país. La evaluación contempló los cargos señalados en el cuadro adjunto.

### Concurso Interno

La política de Sodimac es fomentar el desarrollo laboral, brindando siempre la primera oportunidad de ascensos a sus trabajadores. Esto se realiza a través de concursos internos frente a una nueva vacante, siempre que el candidato cumpla con los requisitos y se ajuste al perfil del cargo.

Un gran aporte del Plan de Sucesión, es la posibilidad que tiene cada uno de los participantes de este proceso de ser retroalimentado del resultado de su evaluación, lo que le



→ El año 2009 se efectuó un total de 303 concursos internos a nivel nacional, igualando la cifra de concursos realizados el año 2008.

CONCURSOS INTERNOS		
2007	2008	2009
334	303	303

CARGOS EVALUADOS	N°
Supervisores de Cajas	214
Jefes de Departamento	245
Jefes de Recursos Humanos	45
Subgerentes	50
Total Evaluados 2009	554

Fuente: Sodimac

## Contratación Mano Obra Local

Sodimac apunta a reclutar y seleccionar a sus futuros trabajadores de la compañía en las zonas donde ubica sus tiendas, alcanzando un porcentaje estimado del 95% de la dotación final requerida.

No obstante con respecto a los cargos de alta gerencia, estos son en su mayoría promociones internas debido al tipo de funciones y experiencia requeridas para dichos cargos. Lo anterior se funda en las necesidades de nuestras tiendas y del mercado del retail. En virtud de lo anterior Sodimac fomenta una la selección interna, por medio de concursos para este tipo de cargos, favoreciendo el desarrollo y promoción de nuestros trabajadores.

## Construyendo un Gran Lugar para Trabajar

En Sodimac, el Capital Humano es fundamental, por lo que damos una importante valoración a la escucha y el diálogo con nuestros trabajadores.

Entendemos que todo aquello que se mide se puede mejorar. Con esta premisa, nuestra empresa ha encargado a Great Place To Work Institute Chile, la aplicación de esta encuesta por quinto año consecutivo.

menores recursos disponibles por causa de la crisis que afectó al país.

Frente a la pregunta ¿Es esta una Buena Empresa para Trabajar? El resultado fue de un 68.9%, menor al 70% que esperábamos obtener según proyección realizada en 2008.

Queremos escuchar a todos los trabajadores de nuestra empresa, saber qué piensan, cómo se sienten y medir el clima laboral al interior de nuestra casa.

Aún así, y de acuerdo con este sistema de evaluación, Sodimac seguirá haciendo su mejor esfuerzo para, en 2010, convertirse en una de las Mejores Empresas para Trabajar en Chile.

Great Place To Work mide el ambiente laboral al interior de la compañía en cinco dimensiones básicas: Credibilidad, Respeto, Imparcialidad, Orgullo y Camaradería.

Garantizamos que la encuesta sea totalmente voluntaria y anónima. En la versión 2009 fue contestada por 9.136 trabajadores de

tiendas, centro de distribución y oficinas de apoyo. El resultado del índice de satisfacción (trust index) a nivel total de la compañía fue del 65,2%. Esto representó una disminución del 0,5% en relación con el año anterior, lo que atribuimos a las altas exigencias y



INDICE	2007	2008	2009
TRUST INDEX	63,4%	65,7%	65,2%
GPTW	67,4%	69,4%	68,9%

TRUST INDEX: Corresponde al promedio de todas las dimensiones de la encuesta

GPTW: Corresponde a la pregunta si esta es una buena empresa para trabajar

### TASA DE RESPUESTA DEL GPTW



Fuente: Sodimac

### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Política de Contratación

Pregunta:	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
Para mi empresa es fundamental que existan buenas condiciones laborales	4,27	4,21	4,33	4,56

# Pluralismo e integración

Durante toda su historia, Sodimac se ha caracterizado por ser una empresa que valora y respeta los derechos laborales, la diversidad y el pluralismo, fomentando las buenas prácticas laborales enmarcadas dentro de su política de recursos humanos y responsabilidad social.

## Diversidad de Liderazgo

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

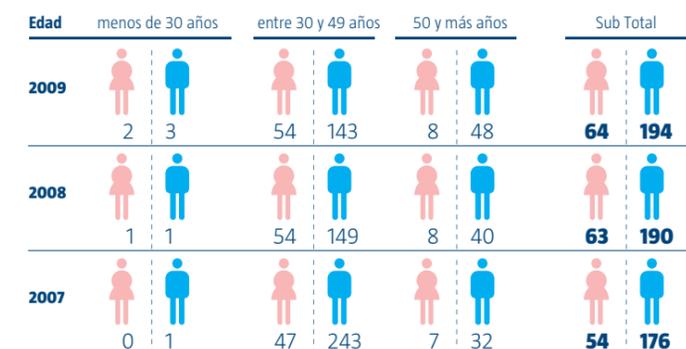
Nuestra empresa cuenta con un alto número de personal femenino en los más altos puestos ejecutivos, llegando el año 2009 a 64

mujeres con cargos de liderazgo gerencial en la compañía. Lo que representa un aumento respecto de los períodos anteriores.

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.

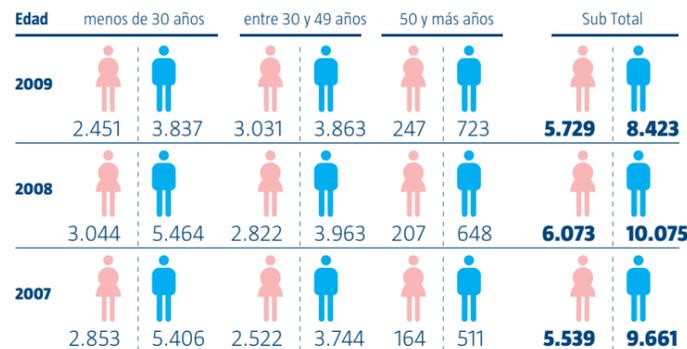
RELACION DE REMUNERACIONES SEGÚN GÉNERO Y CARGO			
<b>2009</b>			
Tipo Cargo	Hombre	Mujer	Relación*
Jefe	831.008	923.992	0,90
Supervisor	547.086	511.773	1,07
Administrativo	601.245	552.369	1,09
Operativo	267.013	264.609	1,01
<b>2008</b>			
Tipo Cargo	Hombre	Mujer	Relación*
Jefe	811.579	899.213	0,90
Supervisor	519.189	504.069	1,03
Administrativo	597.619	531.541	1,12
Operativo	257.898	260.171	0,99
<b>2007</b>			
Tipo Cargo	Hombre	Mujer	Relación*
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
(*) Corresponde a: (Promedio Remuneración Hombres) / (Promedio Remuneración Mujeres) Se considera salario base. Fuente: Sodimac			

### GERENTES, SUBGERENTES, GERENTES DE TIENDAS Y JEFES DE DEPARTAMENTOS



Fuente: Sodimac

### SUBGERENTES DE TIENDAS, PROFESIONALES, TÉCNICOS, OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS



Fuente: Sodimac

## Hacia una Equidad de Género

Sodimac se ha unido a una iniciativa de gobierno, denominada "Iguala.cl" pionera en Chile y América Latina; cuya finalidad es trabajar con las empresas en un modelo de gestión que detecte las malas prácticas laborales e inequidades de género.

La implementación de este programa se realizó en forma voluntaria en cuatro tiendas Homecenter. La iniciativa puede comenzar en el mismo proceso de reclutamiento y selección, culminando con medidas que aseguren la representación equilibrada entre hombres y mujeres en los cargos de jefatura.

Las tiendas Homecenter de Coyhaique, La Serena, Puerto Montt y Antofagasta, desarrollaron durante dos años un diagnóstico, tras el cual y gracias al trabajo de mesas tripartitas formadas por gerentes, dirigentes sindicales y/o Comités Paritarios, elaboraron un Plan de Acción Positiva, que luego aplicaron. Durante todo este período contaron con la asesoría técnica del Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM).



A partir de este proceso, las empresas podrán optar al Sello de Calidad IGUALA y promover un cambio en la cultura laboral en el país, fomentando e incorporando la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el trabajo y la equidad de género.

## Inclusión Laboral



Sodimac está comprometido con la inserción laboral de personas con discapacidad, es por eso que este año seguimos trabajando en conjunto con la Fundación Tacal y con el Fondo Nacional de la Discapacidad (FONADIS) en su integración al mundo del trabajo.

Desde 2006, Sodimac firmó contrato con la empresa Servicios Virtuales (serviciosvirtuales.cl), que provee a nuestra empresa de un Call Center Virtual 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.

Sin embargo, durante el 2009 y debido a la crisis económica, la compañía restringió las contrataciones en tiendas orientándonos a brindar estabilidad y seguridad a los trabajadores ya contratados.

En el contexto de las prácticas anteriormente descritas, podemos agregar que Sodimac no ha registrado durante el período reportado ningún incidente, queja, reclamo o denuncia formal relacionada con discriminación de algún tipo, sea de raza, religión, sexo, minusvalía o de otra índole.

El número total de trabajadores con discapacidad asciende a 69 personas, incorporándose sólo un trabajador. En el mismo año se registraron 3 renunciaciones voluntarias, y sólo una desvinculación.

## Premio por Buenas Prácticas Laborales

La Presidenta de la República, Michelle Bachelet, junto a la ministra del Servicio Nacional de la Mujer, Carmen Andrade, distinguieron a cuatro tiendas Homecenter que se destacaron en el ámbito de las buenas prácticas laborales con equidad de género.

Este reconocimiento forma parte del proceso de certificación del sello "Iguala", iniciativa pionera en Chile y América Latina a la que Sodimac y otras 36 empresas públicas y privadas, adhirieron hace dos años.

Pregunta:	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
En mi empresa no se discrimina a sus empleados por raza, género, edad o alguna discapacidad.	4,43	4,47	4,45	4,64

RANKING PROHUMANA: ESCALA 1 A 5

## 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, con la finalidad de fomentar y apoyar su desarrollo integral.

### Tiendas Saludables



A fines de 2008, Homecenter Villarrica, se certificó como una tienda saludable; poco a poco esta iniciativa particular se transformó en un objetivo para ser trabajado en las demás tiendas de la compañía.

Durante el año 2009 las Asistentes Sociales en conjunto con los equipos de RR.HH de todas las tiendas y bodegas del país han implementado, en alianza con el Ministerio de Salud, el Programa "Lugar de Trabajo Saludable", orientado a promover estilos de vida saludable y contribuir a la disminución del ausentismo laboral.

Adherir a esta iniciativa significa que la empresa adquiere responsabilidades como las siguientes:

- Crear, implementar y desarrollar políticas enfocadas al mejoramiento continuo de la salud y bienestar, tanto de los trabajadores como de su grupo familiar.
- Propiciar la creación de entornos y ambientes saludables.

- Fomentar prácticas que permitan el desarrollo de destrezas y habilidades de los trabajadores, en otros ámbitos que no sea sólo el laboral.

Teniendo claro qué es un lugar saludable para trabajar y qué acciones son las necesarias para conseguirlo, se dio inicio al proceso de Certificación con el Ministerio de Salud, aplicando una encuesta de Calidad de Vida a los trabajadores para conocer su percepción y detectar necesidades respecto de Promoción de Salud.

Hoy contamos con ocho puntos certificados como lugar de trabajo saludable, 7 tiendas y 1 Centro de Distribución, estos son Homecenter Villarrica, Osorno, Temuco Cautín, Linares, Curicó, Talca, Centro Distribución Coronel y Constructor Talcahuano; todas las demás tiendas, se encuentran en proceso de acreditación.

→ Un lugar de trabajo saludable es aquel que promueve el bienestar familiar y social de sus trabajadores, los protege ante riesgos; estimula su autoestima, propicia relaciones humanas saludables y favorece su desarrollo humano.

## Prevención de Alcohol y otras Drogas

En Sodimac estamos conscientes que las consecuencias del abuso del alcohol y otras drogas en el ámbito laboral, además del daño personal, implican pérdidas en la productividad, ponen en jaque la seguridad en las operaciones y la calidad de las relaciones humanas.

Desde 2007 nuestra empresa cuenta con una Política sobre la prevención del consumo de alcohol y otras drogas; en el transcurso del año 2008 se difundió su existencia, se aplicó la encuesta en conjunto con CONACE, "Trabajar con Calidad de Vida" a todas las tiendas de Santiago y regiones, sumando 40 en total. En 2009 se continuó con la aplicación de la encuesta cubriendo las 18 tiendas restantes y mejorando su ámbito preventivo y asistencial.

### Ámbito Asistencial

En Sodimac contamos con una red de asistentes sociales en todas nuestras tiendas, quienes tienen como objetivo asistir a los trabajadores para orientación social, difusión de beneficios y fomentar acciones para mejorar la calidad de vida. En el caso específico de alcohol y otras drogas, estas profesionales pueden derivar al trabajador que lo necesite, hacia una atención especializada en cualquiera de las instituciones en alianza con la compañía.

Durante el período cubierto por este reporte, se realizó el seguimiento de cinco casos ingresados a tratamiento en 2008; de los cuales dos continuaron en tratamiento, uno fue dado de alta, otro se suspendió por embarazo y uno desertó del tratamiento para posteriormente ser desvinculado de la empresa, previa asistencia y conversación personal.

En 2009, ingresaron al programa de asistencia 24 nuevos casos, los cuales se encuentran en tratamiento activo, 13 en Tiendas de regiones y 11 casos localizados en la Región Metropolitana.

### Ámbito Preventivo

Entre agosto y diciembre de 2009, la difusión de esta política se hizo de forma lúdica a través de la obra de teatro: "Cicatrices del alma" en todas las tiendas de Santiago, Oficinas de Apoyo y Centros de Distribución con una asistencia de 924 trabajadores. En regiones se distribuyó un DVD con el objetivo de mostrar la obra representada por el grupo de teatro Sodimac, integrado por trabajadores y dirigidos por el actor Humberto Gallardo.

Después de la exhibición, se generan los espacios de diálogo con los asistentes, se les manifiesta que la empresa cuenta con una política de prevención y asistencia los trabajadores que necesitan apoyo, orientación y tratamiento.

→ Desde 2007 Sodimac cuenta con una Política sobre la prevención del consumo de alcohol y otras drogas.



# Salud Integral

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

En el contexto de crisis las asistentes sociales de tiendas, buscaron redes de apoyo con entidades de salud privadas y públicas para la realización de diversos exámenes preventivos.

## Salud Complementaria Sermecoop

Sodimac ha implementado un convenio complementario de salud con la Cooperativa Sermecoop Ltda., acordado en conjunto con ambos sindicatos de la empresa y cuya descripción se encuentra claramente señalada en los Contratos Colectivos.

Este convenio se caracteriza por tener un carácter solidario, cuyo costo se financia bipartitamente entre trabajadores y empresa, des-

tacando por su independencia en el monto del aporte frente a cualquier preexistencia.

Durante el año 2009 la cantidad de prestaciones reembolsadas ascendió a 208.028 prestaciones, superior en un 8.4 % al 2008. El costo total de estas prestaciones ascendió a M\$ 4.772.218. De este total, el beneficio entregado por Sermecoop fue de M\$1.676.303, superior en un 5.4% a igual periodo del año anterior.

COMPARATIVO DE BONIFICACIONES SERMECOOP						
Año	Cantidad Prestaciones	Costo Total Prestaciones	Bonificación Isapre/Fonasa	Co-Pago	Beneficio Sermecoop	Costo Socio Final
2007	185.554	3.421.513	1.341.276	2.080.236	1.130.276	949.964
2008	191.862	4.208.892	1.450.833	2.758.059	1.591.235	1.166.829
2009	208.028	4.772.218	1.854.344	2.892.698	1.676.303	1.216.541

Nota: Tabla comprende los montos totales de bonificaciones realizadas por año en la compañía y se expresa en M\$. Fuente: Sodimac.

COMPARATIVO COSTOS Y BENEFICIOS SERMECOOP					
Año	Promedio Costo Total Prestaciones	Promedio Bonificación Isapre/Fonasa	Promedio Co-Pago	Promedio Beneficio Sermecoop	Promedio Costo Socio Final
2007	18.439	7.228	11.211	6.091	5.120
2008	21.937	7.562	14.375	8.294	6.082
2009	22.940	8.914	13.905	8.058	5.848
CRECIMIENTO 2008-2009	5%	18%	-3%	-3%	-4%

Nota: Tabla representa el promedio de los costos y beneficios para un trabajador en Sodimac. Fuente: Sodimac.

→ 2.594 trabajadores de 31 tiendas a nivel nacional recibieron prestaciones sin costo



### Campaña vacunación contra la influenza

Se realizó la Campaña de Vacunación contra la Influenza en las tiendas a nivel nacional. Esta fue realizada directamente en los lugares de trabajo beneficiando a 2.216 trabajadores.

### Campaña de educación Virus AH1N1

Realizada con el objetivo de educar y difundir información relevante sobre esta enfermedad para todos los trabajadores para reconocer sus síntomas, medidas de higiene y servicios de atención de salud. Para esto, se utilizaron todos los canales internos de comunicación.

#### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Política de Salud

Pregunta: <b>En esta empresa tenemos un plan de salud para los empleados.</b>	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
	4,45	4,34	4,47	4,7

# Beneficios Laborales y Sociales

Sodimac ha privilegiado una política de beneficios laborales para todos los trabajadores con una distribución porcentual que varía según el tipo de jornada de trabajo. De esta forma, valoramos el esfuerzo de nuestros trabajadores que contribuyen al crecimiento de la compañía.

## Principales Beneficios de Sodimac

Para Sodimac resulta importante otorgar un amplio número de beneficios a nuestros trabajadores y queremos destacar aquellos que nos parecen más significativos, porque marcan una diferencia con los beneficios observados en el mercado.

Las iniciativas enmarcadas en la estrategia de reducción de gastos en 2009 generaron varia-

ciones importantes en tres beneficios como son Bono de Vacaciones: para el cual la empresa fomentó el uso de las vacaciones pendientes, disminuyendo así el costo de administración. Beneficio por Uniforme: racionalizando la entrega de ropa de trabajo en acuerdos con ambos sindicatos y la reducción en el número y costos de Eventos Corporativos.

BENEFICIOS	2007	2008	2009
Bono de Vacaciones	1.641.901	1.997.360	2.340.560
Antigüedad y Permanencia	205.780	318.766	285.933
Bono de Asistencia	398.443	480.930	508.925
Aguinaldos	815.756	947.501	969.107
Sala Cuna – Bono Compensatorio (*)	582.339	756.783	839.149
Beneficios por Traslados	451.565	579.527	653.383
Beneficios por Uniforme	942.691	774.957	437.669
Eventos Corporativos	949.712	988.556	602.115
Casino y Colación	5.135.784	6.097.993	5.679.920

Valores acumulados a diciembre de 2009, expresados en miles de \$. (\*) Bono Compensatorio: Dinero que compensa los gastos efectuados por la madre cuando no lleva a su hijo menor de 2 años a las salas cunas en convenio. Fuente: Sodimac

## Mi Primer PC

La empresa apoya a los trabajadores de menores recursos y con hijos en edad escolar, facilitando el acceso a equipos computacionales a través de una postulación interna. En los últimos dos años postularon 794 trabajadores de los cuales 300 resultaron favorecidos con este beneficio.



### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Política de Beneficios

Pregunta: <b>Los beneficios de mi empresa me ayudan a tener una mejor calidad de vida.</b>	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
	4,31	4,20	4,36	4,58

RANKING PROHUMANA: ESCALA 1 A 5

## Programa Futura Mamá

La incorporación y participación creciente de la mujer en el campo laboral plantea el compromiso de nuestra empresa más allá de la normativa legal.

Se implementó el programa "Futura Mamá" con la entrega de 352 manuales educativos con información práctica y Tips maternas.

En una segunda etapa se realizaron charlas y capacitaciones en un grupo de tiendas y Oficinas de Apoyo sobre alimentación de nuestros hijos.

## Biblioteca Sodimac

La Biblioteca de Bienestar adquirió 81 nuevos títulos y agregó 94 ejemplares de títulos ya existentes. Continuó con la difusión de la Biblioteca en tiendas y oficinas de apoyo con un aumento de 7,17% lectores en 2009 y acumulando 12.303 préstamos en los últimos tres años.

También se realizó el IV Concurso Literario con el tema: "Para Sodimac tu historia cuenta". Participaron 59 trabajadores de distintos puntos del país.

## Programa de Vivienda

Nos hemos preocupado de informar, orientar y hacer convenios para nuestros trabajadores, acercando los sistemas e instituciones relacionadas con este ámbito.

Se promocionó el "Mes de la Vivienda", con ferias de vivienda y capacitaciones a los trabajadores en temas como apertura de cuentas de ahorro, pasos para acceder a beneficios del Estado, proyectos inmobiliarios, créditos y acceso a Crédito Hipotecario.

Esta actividad tuvo una Cobertura del 100% de las tiendas, participaron 7.761 trabajadores y 1.272 trabajadores participaron de las capacitaciones.

## Manejo del Endeudamiento Responsable

El problema de sobreendeudamiento afecta la calidad de vida del trabajador, su grupo familiar y sus índices de productividad.

La iniciativa inició una labor de capacitación en el manejo del sobreendeudamiento que contó con la participación de 34 tiendas a nivel nacional, convocando a un total de 1.904 trabajadores que se interesaron en conocer y profundizar los principales aspectos que involucra el sobreendeudamiento.

Al mismo tiempo se estableció un convenio a tasas preferenciales con el banco BBVA para compra de carteras y se gestionó un total de 1.949 créditos a noviembre de 2009

## Planes de Pensión y Orientación para la Jubilación

Sodimac no cuenta con un programa de desvinculación responsable orientado a aquellos trabajadores que dejan su vida activa para acogerse a pensión, sin embargo, posee un importante beneficio que va más allá de lo estipulado por ley para situaciones similares.

El Beneficio consiste en una Indemnización que se hace efectiva 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 tiene un tope de 450 días de remuneración.

Adicionalmente, y si el trabajador lo solicita se realiza una orientación respecto de qué, cómo y dónde iniciar su trámite de pensión, alternativas y/o modalidades, costos asociados y variables a considerar, entre otros.

INDEMNIZACIONES PAGADAS		
Año	Monto \$	Nº trabajadores
2007	32.056.480	6
2008	75.447.214	12
2009	70.187.419	17
Total	177.691.113	35

Fuente: Sodimac



# 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

## 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

## Sodimac se la Juega por la Cultura y el Deporte

### Programa «Sodimac se une a la Cultura»



En Sodimac valoramos el arte y la cultura como una forma de aportar al desarrollo integral de nuestros trabajadores y sus familias, es por esto que a pesar del complejo escenario económico en 2009, hemos continuado ofreciendo diversos espectáculos del más alto nivel y en diversas expresiones artísticas como ballet, danza, teatro, conciertos, exposiciones y cursos de baile, entre otros.

Agradecemos el apoyo y la disposición de las entidades con las que mantenemos alianzas y convenios, tales como el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, el Centro de Extensión de la Universidad Católica, el Centro de

Extensión Artística y Cultural de la Universidad de Chile, la Fundación Beethoven y Facultad de Artes de la Universidad Católica para continuar desarrollando por quinto año consecutivo, un atractivo programa cultural, manteniendo el alto nivel en cada uno de sus espectáculos.

Durante el año reportado se exhibieron obras de gran calidad visual como el Ballet de "Pinocho" en el Teatro Municipal de Santiago, "El Último Heredero" en el Teatro UC, Concierto Orquesta Sinfónica de Chile, entre otros espectáculos en la Región Metropolitana, sumando junto a otros eventos artísticos en regiones un total de 6.510 asistentes.

TOTAL DE PARTICIPANTES EN ACTIVIDADES CULTURALES SODIMAC  
Considera trabajadores y familias



Fuente: Sodimac.

### Programa «Sodimac se la Juega por el Deporte»



Teniendo en perspectiva el fuerte impacto que las actividades deportivas tienen en la salud física y mental de nuestros trabajadores, Sodimac a pesar del nuevo escenario económico que afecta al país, ha continuado desarrollando en 2009 su Programa Deportivo Anual, presente en todas las tiendas del país, realizando deportes como fútbol, basquetball, bolleybol, tenis, taca-taca. Bowling y karting, entre otros.

TOTAL DE PARTICIPANTES EN ACTIVIDADES DEPORTIVAS SODIMAC



Fuente: Sodimac.

## Cuidado y Seguridad de Nuestros Trabajadores

El cuidado y seguridad de nuestros trabajadores y clientes ha sido una permanente preocupación en nuestra compañía. Este año hemos potenciado una cultura preventiva que involucra una serie de procesos de formación continua.

### Comités Paritarios

Preocupados por mejorar la gestión y resultados en materia de prevención, este año, Sodimac ha impulsado con mayor fuerza el rol de los Comités Paritarios en materia de vigilar, asesorar y promover el cumplimiento del programa de Prevención de Riesgos de la compañía.

En Sodimac existe un Comité Paritario activo en el 100% de sus instalaciones y que se encuentra formado por representantes de la empresa y trabajadores. De éstos, seis cumplen la función de titulares y seis la función de suplentes. En total suman 12 personas por instalación y 732 personas a nivel nacional que desempeñan las labores propias del Comité.

Como una manera de promover y potenciar el rol que deben cumplir los Comités Paritarios, la Gerencia de Prevención desarrolló un total 9 cursos con la participación de 131 trabajadores integrantes de Comités Paritarios. Estos cursos incorporaron talleres grupales, revisión de videos e investigación de accidentes laborales, a los cuales se sumaron iniciativas formuladas por algunas tiendas de



regiones, las que participaron en concursos implementados para potenciar el rol de estas estructuras.

En este sentido, nos parece oportuno destacar el reconocimiento que han recibido los Comités Paritarios de Arica, La Serena y Valdivia por su destacada gestión, las buenas prácticas y estrategias desarrolladas para cumplir con los objetivos de prevención y reducción de la accidentabilidad de nuestros trabajadores.

#### Sistema de Medición

Dada la importancia y el rol de los Comités Paritarios en la prevención de la accidentabilidad, este año se inició un monitoreo mensual y una auditoría bimensual en cada tienda con el objetivo de conocer su funcionamiento, prácticas y brechas. Los resultados obtenidos en la auditoría a nivel nacional,



arrojan un promedio anual del 91% de cumplimiento.

Esta auditoría nacional mide el número de actividades programadas y ejecutadas, número de acciones realizadas y resultados, dejando un registro a través de formularios e informes por cada tienda, oficinas y centros de distribución.

En este sentido, nos parece oportuno destacar el reconocimiento que han recibido los Comités Paritarios de Arica, La Serena y Valdivia por su destacada gestión, las buenas prácticas y estrategias desarrolladas para cumplir con los objetivos de prevención y reducción de la accidentabilidad de nuestros trabajadores.

### Sistema GPS: hacia un proceso de Certificación

Durante el año 2009 hemos continuado con un importante trabajo para lograr el proceso de certificación en el Nivel I del Sistema GPS: un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional, que permite a la empresa controlar los riesgos en forma práctica y efectiva, comprendiendo 4 niveles de desarrollo con 19 requisitos de escalamiento gradual.

En 2009 se indican los avances efectuados para mejorar en cada uno de los ítem y las tareas desarrolladas para iniciar el proceso de certificación en el Primer Semestre de 2010.

#### PRIMER NIVEL: SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL (GPS)

Ítems	2008	2009
1.- Representante de la Gerencia	100%	100%
2.- Identificación de Peligros (Matriz de Riesgos)	100%	100%
3.- Disposiciones Legales Aplicables	37%	100%
4.- Programa de Gestión de Riesgos	56%	100%
5.- Autocuidado	0%	100%
6.- Capacitación y Competencias	83%	100%
7.- Elementos de Protección Personal	100%	100%
8.- Enfermedades Profesionales	100%	100%

Fuente: Sodimac



### Capacitación para una Cultura Preventiva

Con el objetivo de potenciar y fomentar la cultura de la prevención y el autocuidado, durante 2009 se establecieron líneas de capacitación en la modalidad presencial e E-learning. En coordinación con la Escuela de Excelencia de la Gerencia de Recursos Humanos se generaron tres cursos con modalidad SENCE, los que fueron dictados por el equipo de la Gerencia de Prevención en los siguientes aspectos:

- Comités Paritarios de Higiene y Seguridad: Rol Clave en la Gestión de Prevención.**
- Uso, Beneficios y Mantenimiento de Elementos de Protección Personal**
- Riesgo de Incendios: Como evitarlos.**

Los cursos fueron dictados sólo con cobertura en las tiendas de la Región Metropolitana, Región de Valparaíso y Región del Bío Bío.

El número total de personas capacitadas alcanzó un total de 429 trabajadores lo que representa un total de 2145 horas hombre.

CURSO	TOTAL CURSOS	NÚMERO DE TRABAJADORES CAPACITADOS
Comités Paritarios de Higiene y Seguridad	9	131
Uso, Beneficios y Mantenimiento de Elementos de Protección Personal	18	201
Riesgo de Incendios: Como evitarlos.	7	97
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>429</b>

Fuente: Sodimac

## ACHS – Sodimac una alianza exitosa

La Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), ha sido un permanente aliado de Sodimac para la educación y fomento de la seguridad con nuestros trabajadores. Este año se realizaron diversas actividades, entre las cuales destacan los siguientes cursos de capacitación.

En el cuadro de Cursos es posible visualizar un incremento del 84,5% de trabajadores capacitados en 2009 respecto al año 2008 y un crecimiento de un 119% en horas hombres es decir, de 15.326 horas en 2009 versus 6.975 horas en 2008.

Las actividades técnicas desarrolladas en materia de Prevención de Riesgos con apoyo de la ACHS, podemos ver el siguiente comparativo año 2008 – 2009:



CURSOS	Nº CURSOS		TRABAJADORES CAPACITADOS	
	2008	2009	2008	2009
Cursos Abiertos	27	33	185	172
Cursos Cerrados	57	15	658	771
Cursos E-learning	0	26	0	612
Total	84	74	843	1555

ACTIVIDAD EN Nº DE HORAS	2008	2009
Reuniones de Trabajo con Departamentos de Prevención	131	113
Reuniones de Trabajo con Ejecutivos	119	136
Reuniones con Comités Paritarios	88	80
Reconocimiento de Riesgos	17	56
Estudios Puestos de Trabajo	33	24
Diagnósticos	44	7
Evaluaciones de Riesgo	17	26
Actualización de Nómina de Expuestos	18	36
Asesorías Especiales	80	77
Investigaciones de Accidente	48	44
Calificaciones de Accidente	42	29
Controles de Cumplimiento	16	27
Programas convenidos	14	8
Auditorías	11	14
Reuniones Comerciales	211	338
Charlas	26	102
Otros	0	118
Total	915	1235
Incremento		35%



## Encadenando la Gestión de Seguridad

En el marco del Plan de Trabajo que se realiza en conjunto entre la Unidad de Subcontratación y el Departamento de Prevención de Riesgos, Sodimac ha continuado con su programa de extensión de la política de prevención hacia sus empresas contratistas.

Este año se efectuaron dos reuniones de trabajo con aquellas empresas que prestan servicios a la compañía en aseo, casino, seguridad y servicios transitorios.

Las reuniones tuvieron como finalidad evaluar el comportamiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional, principalmente en el cumplimiento de entrega del Informe Mensual de Gestión en Prevención de Riesgos y analizar los accidentes y emergencias registradas en algunas tiendas, con el objetivo de establecer medidas correctivas y de control, para evitar futuras condiciones de Riesgo.

## Tasa de Siniestralidad, Accidentabilidad y Ausentismo

Aún cuando hemos realizado diversas actividades para evitar accidentes y enfermedades laborales, detectamos un alza en la tasa de siniestralidad en el segundo semestre de 2009. Esto nos motivó a tomar diversas medidas y fortalecer el enfoque preventivo en este ámbito, fortaleciendo el rol de los Comités Paritarios y a través del Programa de Prevención de Lesiones Musculoesqueléticas.

Durante el periodo 2009, estas lesiones representaron el 33% del número total de accidentes registrados a nivel nacional en Sodimac. Estos resultados nos motivaron a la búsqueda de soluciones y medidas de mejora estableciendo coordinaciones de trabajo para el año 2010 con el Departamento de Ergonomía de la ACHS.

El objetivo es generar un Programa Transversal de Disminución de Lesiones Musculoesqueléticas, que permita efectuar un diagnóstico con el levantamiento de las operaciones críticas y las partes del cuerpo con mayor frecuencia de lesiones. Esto nos permitirá establecer líneas específicas de acción conducentes a mejorar los indicadores de accidentabilidad y siniestralidad.

TASA DE SINIESTRALIDAD 2009



Fórmula de cálculo: Nº de días perdidos / promedio de trabajadores x 100. Fuente: Sodimac.

TASA DE ACCIDENTABILIDAD 2009



Fórmula de cálculo: Nº de accidentes / promedio de trabajadores x 100. Fuente: Sodimac.

TASA AUSENTISMO POR ACCIDENTES LABORALES 2009



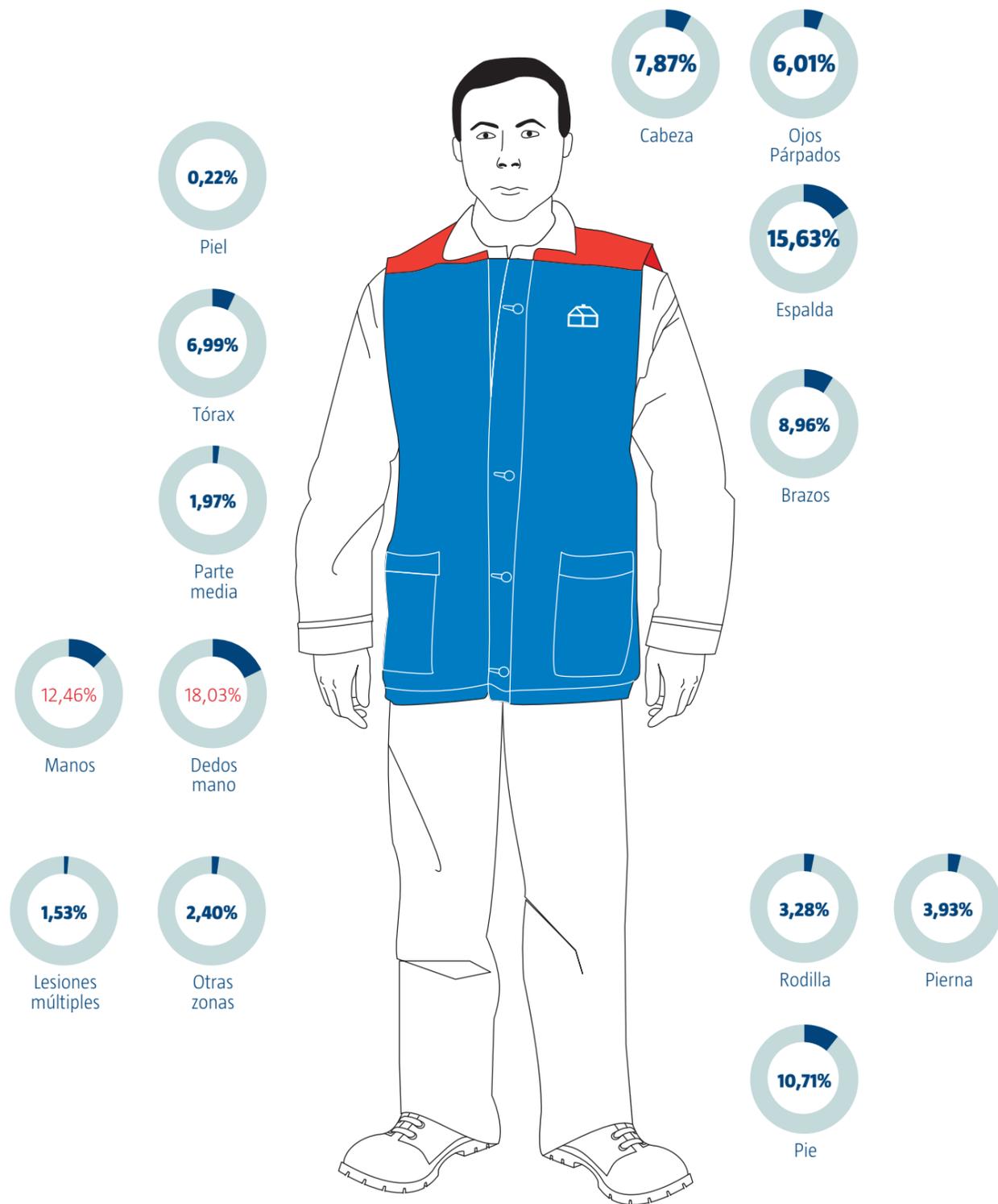
Fórmula de cálculo: Nº de trabajadores / días perdidos / Nº de trabajadores / horas perdidas x 100. Fuente: Sodimac.

DÍAS PERDIDOS, ACCIDENTES Y VÍCTIMAS MORTALES

REGION	2007				2008				2009			
	Nº de Días Perdidos	Nº de Accidentes	Nº de Enfermedades Profesionales	Nº de Víctimas Mortales	Nº de Días Perdidos	Nº de Accidentes	Nº de Enfermedades Profesionales	Nº de Víctimas Mortales	Nº de Días Perdidos	Nº de Accidentes	Nº de Enfermedades Profesionales	Nº de Víctimas Mortales
Zona Norte	789	129	1	0	890	138	0	0	755	95	0	0
Zona Centro	512	90	2	0	637	95	0	0	497	75	5	0
Zona Sur	1054	150	6	0	1980	271	2	0	1722	226	3	0
Región Metropolitana	4409	437	21	0	4995	538	2	0	5666	532	23	0
TOTAL	6764	806	30	0	8502	1042	4	0	8640	928	31	0

Fuente: Sodimac.

PRINCIPALES LESIONES TRABAJADORES SODIMAC 2009



**Nuestros  
Proveedores**

# Aprovisionamiento Responsable

**Durante toda su existencia Sodimac ha tenido especial cuidado por un alto nivel de satisfacción frente a las exigencias de sus clientes y consumidores, conjugando lo anterior con sanas, constructivas y abiertas relaciones con sus proveedores.**

Sodimac ha procurado construir una estrecha relación hacia su cadena de valor, hemos declarado fundamental para el crecimiento como compañía que éste sea sostenible en el tiempo y que vaya acompañado de una alianza estratégica con sus proveedores.

En el desarrollo de nuestra política de sostenibilidad hemos declarado a nuestros proveedores como uno de los focos prioritarios. Por lo mismo, estamos concientes que tenemos una enorme incidencia en proveedores nacionales y una gran responsabilidad con nuestro entorno inmediato. Por esto, hemos privilegiado las compras a proveedores locales, de manera que éstas representen aproximadamente el 70% del total de nuestras compras.

En los últimos años se han producido importantes cambios económicos, culturales, sociales y demográficos que han significado también el surgimiento de un consumidor con un nuevo perfil que se caracteriza por tener un alto acceso a la información, más exigente y dotado de herramientas legales que protegen sus derechos. Ello significa crecientes niveles de exigencia, particularmente para la industria del retail.

Hemos comprendido que la satisfacción de las crecientes necesidades y exigencias de los clientes requiere de un esfuerzo conjunto y un trabajo mancomunado entre la industria del comercio y sus proveedores, teniendo la convicción de que su éxito empresarial y el

de sus proveedores están recíprocamente relacionados.

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, buscamos alianzas que posibiliten lograr encadenamientos y confianzas efectivas con nuestros proveedores, permitiendo construir un camino conjunto.

Durante la crisis económica mundial de 2009, donde reinó la incertidumbre y el temor, quisimos reafirmar algunos principios que nos han orientado y que han sido importantes para nosotros:

- La humildad y la austeridad;
- Una cultura de ser alumnos permanentes.
- La escucha a nuestros principales interlocutores,
- Una mirada atenta a los cambios del mundo,
- El cuidado de nuestra gente, nuestros trabajadores, nuestros proveedores y especialmente de nuestros clientes.

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 57 años hemos apostado por desarrollar una relación sana y constructiva.

COMPRAS A PROVEEDORES					
ORIGEN	2007	2008	2009	%Crec 08-07	%Crec 09-08
Importados	106,885,659	118,682,279	123,024,535	11.04%	3.66%
Nacional	615,858,335	636,285,012	590,299,029	3.33%	-7.23%
Total general	722,743,993	754,967,291	713,323,564	4.47%	-5.52%

Compras expresadas en M\$. Fuente: Sodimac.

## PROVEEDORES NACIONALES V/S EXTRANJEROS



Sin embargo, conscientes que también debemos superar nuestras propias falencias y reconocer las nuevas tendencias del mercado, desarrollamos iniciativas para potenciar nuestra vinculación con la cadena de aprovisionamiento.

Desde el año 2006, nos reunimos con nuestros proveedores, haciendo visitas especiales y programadas a muchos de ellos para analizar aspectos positivos y también los aspectos negativos de nuestra relación.

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) que constituye un marco regulatorio, basado en principios éticos y que procura mejorar nuestras relaciones comerciales con nuestros proveedores, proyectándolas en largo plazo.

No existe riesgo potencial de incidentes de trabajo infantil al interior de la empresa, sin embargo, estamos trabajando y sensibilizando a nuestros proveedores a través de diferentes medios de comunicación y actividades en este tema, de manera que incorporen estas prácticas en el día a día de sus empresas.

## Sodimac busca en sus Proveedores:

- Disponibilidad de Productos
- Calidad y Servicio
- Rentabilidad
- Diferenciación
- Confianza



## Nuestro Compromiso: TCS

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. Más información en página Web [www.sodimac.cl/NE/pdf/TCS-Sodimac.pdf](http://www.sodimac.cl/NE/pdf/TCS-Sodimac.pdf)

### ¿Qué contiene el TCS?

- Principios y Ética Comercial.
- Ámbito de Aplicación.
- Aprovisionamiento de los Productos y Servicios.
- Cobros y Descuentos a los proveedores.
- Soportes para Aumentar y Garantizar la Venta.
- Control de Calidad de los Productos y Servicios.
- Uso de Marcas, Patentes y similares.
- Conductas y Normas de Responsabilidad Social.
- Contraloría TCS.

### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Derechos Humanos

Pregunta: <b>En mi empresa existe una preocupación por evitar el trabajo infantil en su cadena de proveedores.</b>	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
	4,33	3,84	4,09	4,15

## Traspaso de Prácticas Responsables

La iniciativa es apoyada por la Cámara Nacional de Comercio y el Banco Interamericano del Desarrollo e implementada por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

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 el traspaso de técnicas y conocimientos de responsabilidad social empresarial de acuerdo con los criterios modernos de una gran empresa de retail.

El 2009, Sodimac impartió por segundo año el curso de Producción Responsable, dictado por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso a gerentes y ejecutivos de empresas proveedoras pymes de Sodimac, con el objetivo de fomentar la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la gestión de sus propios negocios.

### Beneficios para nuestros proveedores:

- Traspaso de gestión en RSE
- Relaciones preferentes y de largo plazo
- Condiciones de pagos preferenciales
- Asesoría laboral gratuita y precio preferencial en estudio jurídico para marcas y patentes.

El programa tuvo una duración de siete meses y estuvo compuesto por dos niveles (básico y avanzado), con nueve clases y sesiones de seis horas cada una, y contó con la participación de 39 alumnos que trabajan en 31 empresas pymes que proveen a Sodimac.

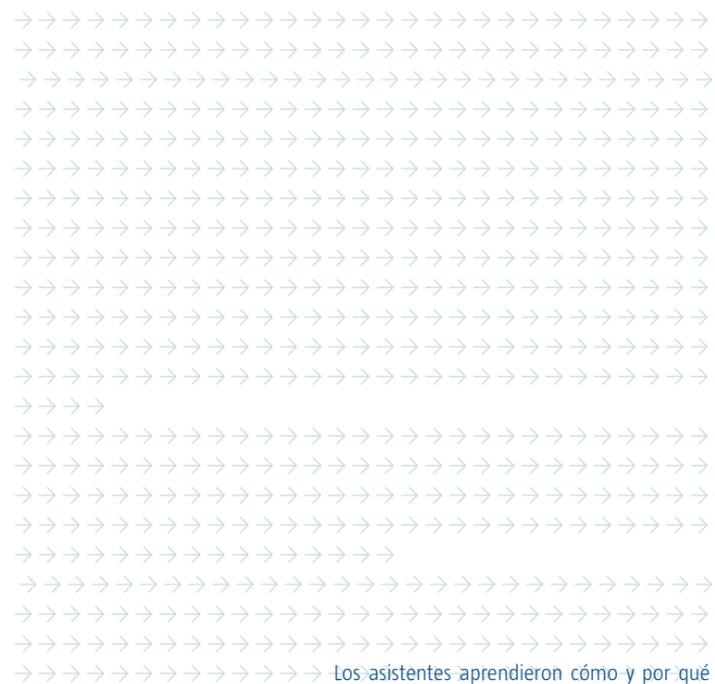
→ Por segundo año consecutivo, Sodimac impartió el curso de Producción Responsable para Proveedores Pymes.

EVALUACIÓN CURSO PRODUCCIÓN RESPONSABLE 2009		
Gracias al Curso de Producción Responsable ¿mejoró la gestión de su empresa?		
Alternativas	Grupo Avanzado	Grupo Básico
Sí	91%	54%
No	0%	8%
Medianamente	9%	38%

GRACIAS AL CURSO DE PRODUCCIÓN RESPONSABLE ¿MEJORÓ LA CALIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO?		
Alternativas	Grupo Avanzado	Grupo Básico
Sí	73%	69%
No	0%	8%
Medianamente	27%	23%

GRACIAS AL CURSO DE PRODUCCIÓN RESPONSABLE ¿MEJORÓ LA RELACIÓN CON SODIMAC?		
Alternativas	Grupo Avanzado	Grupo Básico
Sí	82%	39%
No	0%	23%
Medianamente	18%	38%

Fuente: Vincular RS, PUCV



Los asistentes aprendieron cómo y por qué ha cambiado el mundo del retail, los nuevos controles de calidad, cómo son los nuevos consumidores, las razones de la Responsabilidad Social en el ámbito medioambiental, laboral, ética empresarial, marketing y comercio, así como frente a la comunidad y sus propios proveedores. El curso les permitió integrar la RSE a su propia gestión, haciéndose cargo de las oportunidades de mejora en las diversas áreas.

Con este programa, que se proyecta ampliar el 2010, Sodimac da un paso más en el encadenamiento efectivo de su estrategia con la de sus proveedores, avanzando hacia mayores grados de sostenibilidad de su negocio. Los asistentes aprendieron cómo y por qué ha cambiado el mundo del retail, los nuevos controles de calidad, cómo son los nuevos consumidores, las razones de la Responsabilidad Social en el ámbito medioambiental, laboral, ética empresarial, marketing y comercio, así como frente a la comunidad y sus propios proveedores. El curso les permitió integrar la RSE a su propia gestión, haciéndose cargo de las oportunidades de mejora en las diversas áreas.

Con este programa, que se proyecta ampliar el 2010, Sodimac da un paso más en el encadenamiento efectivo de su estrategia con la de sus proveedores, avanzando hacia mayores grados de sostenibilidad de su negocio.



## Pymes en la vanguardia de la RSE

Ocho proveedores Pymes desarrollaron su reporte de Sostenibilidad bajo la metodología del estándar internacional Global Reporting Initiative (GRI), dando cuenta del desempeño de sus empresas, en las dimensiones económico, social y medioambiental.

Empresas con primer Reporte de Sostenibilidad: Clavos Kraown, Gomahogar, Grifesa, Millaray, Plasticord, Pulmahue, Tap y Termosole.



# Programa de Desarrollo de Proveedores de Leña

Sodimac, en conjunto con la Cámara de Comercio de Santiago y CORFO, implementa el Programa de Desarrollo de Proveedores de Leña con el fin de apoyar a estas empresas Pymes.



Para lograr estos objetivos se realizaron talleres teórico-prácticos en las instalaciones de cada uno de los proveedores. Posteriormente, se efectuaron evaluaciones, validadas por Sodimac y la Cámara de Comercio de Santiago, para establecer el cumplimiento de las tareas y procedimientos.

### Beneficios del PDP de Leña:

- Obtener un producto (leña) de mejor calidad, ajustándose a estándares adecuados de humedad y una procedencia sustentable.
- Desarrollo y formalización de la gestión en proveedores.
- Cumplir con la normativa legal.
- Crecimiento del negocio.

Más información: Capítulo de Medioambiente.

En Sodimac queremos entregar a nuestros proveedores las herramientas para que puedan organizar su empresa, mejorar las condiciones, conocimientos y habilidades de manejo de bosques y leña, cumpliendo los estándares legales, incorporando las variables de control de calidad y sostenibilidad en sus procesos.

empresas de las cuales 9 pertenecen a Sodimac, con una distribución enfocada a nivel comunal y que lentamente se han transformado en proveedoras del retail. Algunos de los empresarios y trabajadores incluso no contaban con enseñanza básica completa y manejaban su negocio de acuerdo a la tradición familiar.

El objetivo del programa es mejorar su competitividad a través de una mejor gestión productiva y logística, mediante la transferencia de conocimientos técnicos del producto y estándares de Sodimac y del mercado del retail. También se busca integrar y mejorar aspectos de Responsabilidad Social Empresarial de estas empresas.

Este Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP) de leña es el primero que se realiza en una empresa de retail en Chile y se enmarca dentro de la política de calidad y responsabilidad social.

Para desarrollar este programa, en una primera etapa, se seleccionaron 13 pequeñas

# Conductas y Normas de Responsabilidad Social

Sodimac ha desarrollado una política integral de Responsabilidad Social Empresarial, que es vinculante para todos sus trabajadores y extensiva a sus proveedores de bienes y servicios.

Al incorporarse al sistema de provisión de Sodimac, el proveedor se obliga a cumplir con la política Transparencia Comercial Sodimac (TCS) y las siguientes normas:

- No utilizar mano de obra infantil en sus procesos productivos.
- Excluir la coerción y el acoso en las relaciones con sus trabajadores.
- No discriminación por razones de raza, religión, edad, nacionalidad, origen social o étnico, orientación sexual, género, opinión política o discapacidad en los distintos ámbitos.

Nuestra empresa se compromete a mantener un comportamiento de respeto por los derechos de todas las personas y por el medio ambiente y esperamos que estos compromisos sean compartidos por todos nuestros proveedores y/o los fabricantes de artículos.

- Respetar los derechos de asociación de acuerdo a las leyes y disposiciones de Chile y a los tratados internacionales vigentes.
- No utilizar mano de obra forzada o involuntaria, ya sea de prisión, esclava o cualquier otra forma de trabajo forzado.
- Cuidado de salud y seguridad de sus trabajadores.
- Procurar mejores estándares en la protección del medioambiente.

→ El entendimiento y colaboración por parte de los proveedores en Asia, se traduce en la suscripción del formulario Declaration of Social Responsibility in Factory.

# Cuestionarios para Proveedores

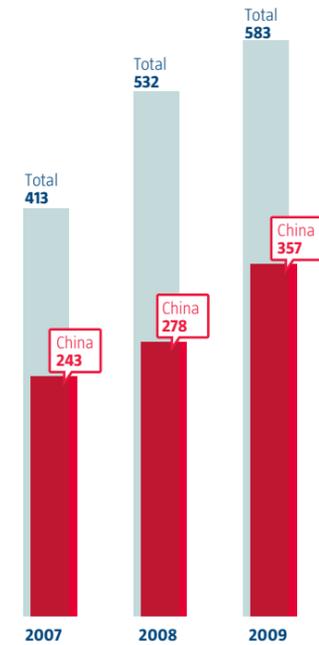
A comienzo de 2006, implementamos una iniciativa para que los proveedores firmaran una declaración adicional que consiste en un cuestionario sobre aspectos de Responsabilidad Social, como Trabajo Infantil, Salud y Seguridad Laboral, Materiales y Selección de Proveedores, Etiquetado y Publicidad de Productos y Medio Ambiente.

de fábricas en temas de RSE (Factory Social Audit) por motivos presupuestarios. Sin embargo, dentro de las 33 fábricas visitadas en el extranjero por control de calidad en todas se pudo incorporar la declaración básica en temas de RSE.

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 Responsibility in Factory, que fue elaborado en inglés y chino mandarín. Durante el 2009, no se realizaron evaluaciones

en el ámbito nacional, en 2009 desarrollamos un piloto en línea con los proveedores que han participado en el Curso de Producción Responsable, con el objetivo de responder una Autoevaluación y así conocer su gestión, procedimientos, políticas de Calidad y Responsabilidad Social. En 2010, esperamos implementar la aplicación gradualmente con nuestros proveedores nacionales.

FIRMA DE CUESTIONARIO DE RS Nº PROVEEDORES INTERNACIONALES



Fuente: Sodimac

FACTORY SOCIAL AUDIT RESULT

PROVEEDOR: [ ] DIRECCIÓN: [ ] PROV.: [ ] FECHA: [ ]

CONTRATO: [ ] OTRO: [ ]

ETICA EMPRESARIAL: [ ] SI [ ] NO [ ] No aplica [ ] OBSERVACIONES [ ]

CONDICIÓN DE VIDA LABORAL: [ ] SI [ ] NO [ ] No aplica [ ] OBSERVACIONES [ ]

MANEJO RESPONSABLE: [ ] SI [ ] NO [ ] No aplica [ ] OBSERVACIONES [ ]

MEIO AMBIENTE: [ ] SI [ ] NO [ ] No aplica [ ] OBSERVACIONES [ ]

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD: [ ] SI [ ] NO [ ] No aplica [ ] OBSERVACIONES [ ]

Declaro que la información entregada es fidedigna y verificable

FIRMA Y RUBRICA PROVEEDOR

Declaración Básica de Responsabilidad Social de Proveedores

PROVEEDOR: [ ] PROV.: [ ] FECHA: [ ]

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE PROVEEDORES

1. Do you employ anyone under the forced labor? [ ] YES [ ] NO

2. Do you employ any prison or forced labor? [ ] YES [ ] NO

3. Is this factory in compliance with all local labor and wage laws? [ ] YES [ ] NO

4. Is this factory in compliance with local health and safety requirements? [ ] YES [ ] NO

5. Does your product generate any type of damage to the environment? [ ] YES [ ] NO

6. Does your product contain any type of toxic element? Which? [ ] YES [ ] NO

7. Does your product conform to all international laws pertaining to Trademarks / Copyright / Patent regulations? [ ] YES [ ] NO

8. Do you provide the correct required country of origin markings on all purchased products? [ ] YES [ ] NO

9. Do you have any statement that cause discrimination on your personnel respecting religion, cultural, language, sexual, ethnic, etc? [ ] YES [ ] NO

Authorized factory signature, Title and Company: [ ]

Witness: (Name and specialized technology resources, Inc.) [ ]

DECLARATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN FACTORY

NAME: [ ] LOCATION: [ ] PURCHASE ORDER: [ ] VENDOR: [ ]

WE HEREBY DECLARE THE FOLLOWING:

1. Do you employ anyone under the forced labor? [ ] YES [ ] NO

2. Do you employ any prison or forced labor? [ ] YES [ ] NO

3. Is this factory in compliance with all local labor and wage laws? [ ] YES [ ] NO

4. Is this factory in compliance with local health and safety requirements? [ ] YES [ ] NO

5. Does your product generate any type of damage to the environment? [ ] YES [ ] NO

6. Does your product contain any type of toxic element? Which? [ ] YES [ ] NO

7. Does your product conform to all international laws pertaining to Trademarks / Copyright / Patent regulations? [ ] YES [ ] NO

8. Do you provide the correct required country of origin markings on all purchased products? [ ] YES [ ] NO

9. Do you have any statement that cause discrimination on your personnel respecting religion, cultural, language, sexual, ethnic, etc? [ ] YES [ ] NO

Authorized factory signature, Title and Company: [ ]

Witness: (Name and specialized technology resources, Inc.) [ ]

## Abriendo las puertas a los Inventores Chilenos



### INVENTOS 2009

#### Primera Ronda de Negocios

Productos Evaluados

36

Productos Comercializados

6

Fuente: Sodimac

#### Segunda Ronda de Negocios

Productos Evaluados

21

Productos Comercializados

8

En el 2008, Sodimac firma un acuerdo con la Sociedad Chilena de Inventores, mediante el cual ellos podrán presentar sus productos a la gerencia Comercial en reuniones periódicas, donde se evalúa para cada caso una serie de aspectos técnicos y comerciales que permitan su comercialización.

El esfuerzo y perseverancia de un grupo de inventores chilenos tuvo su recompensa. En julio de 2009, seis inventos que lograron pasar un riguroso proceso de selección y análisis, ya se encuentran a disposición de todos los clientes en las tiendas Homecenter Sodimac y Sodimac Constructor.

En el procedimiento de incorporación de un producto proveniente del Club de Inventores participa Control de Calidad desde de la rueda de negocios donde se presentan los inventos a los gerentes y jefes de línea. Cuando el producto avanza en su producción pasa por un testeo de Control de Calidad. En 2009 se testearon 11 productos de los cuales se in-

corporaron 7; 2 están en proceso de incorporación para el próximo año y 2 productos fueron rechazados.

Las novedades elegidas son "Bed", la cama que se hace sola; un activador automático para las luces de los vehículos; la "Domótica", que permite el control de la iluminación y dispositivos domésticos de manera remota; la manilla de doble efecto, para ahorrar agua en el inodoro; el overol con secciones desprendibles; y un gancho porta cascos.

Este es sólo un primer paso, pues ocho nuevos productos ya se encuentran próximos a salir al comercio luego de varios meses de intenso trabajo, que incluyó investigación, desarrollo y control de calidad.

La meta al 2010 es continuar desarrollando esta alianza llegando a evaluar 100 productos al año y de esta manera seguir apoyando el desarrollo e innovación nacional.

→ En 2009, seis inventos lograron pasar un riguroso proceso de selección y control de calidad, y se encuentran a disposición de nuestros clientes.

Nuestros  
Clientes

# Comercio y Marketing Responsable

La responsabilidad frente a nuestros clientes es la razón de existencia y foco prioritario de Sodimac. Trabajamos por una política de Comercio Responsable que resguarde la calidad y seguridad de los productos que vendemos y que nuestra comunicación de marketing se base en parámetros éticos que permitan generar una experiencia de compra positiva.

Entendemos que una adecuada relación con nuestros clientes, parte de la satisfacción y conocimiento de sus necesidades. Es por ello, que durante el 2009, Sodimac cumplió un rol de asesoramiento en la mejora del hogar, puesto que se hizo un importante trabajo en entregar información a los clientes para que pudieran tomar buenas decisiones en un año de crisis.

Así fue como se crearon importantes campañas centradas en el ahorro y buenas oportunidades en tiempos de crisis, comprometidos con las familias chilenas. La conclusión es que logramos acompañar a los consumidores y eso se nota en los resultados e impacto de las campañas realizadas, ya que el Top of mind de la marca a finales del 2009 fue de un 81%, mientras que en marzo estaba en 78%. El nivel de recordación también marcó un índice histórico con un 99%.



Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: **Política Publicitaria**

Pregunta: <b>La publicidad de mi empresa entrega información real al cliente.</b>	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
	4,45	4,42	4,46	4,66

RANKING PROHUMANA: ESCALA 1 A 5

## Ética Publicitaria y Normativa Legal

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.

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. 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.

Con respecto a la privacidad de la información de nuestros clientes, Sodimac se basa en las normas de reserva, resguardando datos

personales o información privada de nuestros consumidores; se prohíbe la entrega de éstos a terceros, incluyendo empresas que tengan relación con nuestra compañía. La información suministrada es utilizada sólo para incorporar mejoras en productos y la atención de nuestras tiendas. En este sentido, durante 2009 Sodimac no registran incidentes, reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

En Sodimac vigilamos permanentemente los niveles de percepción y satisfacción de los clientes respecto de nuestros productos y servicios. Al mismo tiempo, hacemos los máximos esfuerzos por verificar las solicitudes, reclamos o demandas de nuestros clientes. 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 a los tribunales de justicia, como entes imparciales. Durante 2009, acumulamos un total de 90 causas, lo que representa una tasa bastante baja de conflictividad judicial, si se considera los más cuatro millones de visitas mensuales a nuestras tiendas.



CAUSAS JUDICIALES – DEMANDAS (*)	2008		2009	
	Nº Causas	Montos	Nº Causas	Montos
Salud y Seguridad	26	\$454.005.755	29	\$222.882.705
Información y Etiquetado	30	\$43.737.827	37	\$56.033.551
Publicidad y Marketing	2	\$1.209.590	6	\$3.014.889
Otros (**)	27	\$71.386.136	12	\$142.907.470
Laborales	26	\$162.554.567	6	\$24.207.605
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>\$661.507.739</b>	<b>90</b>	<b>\$449.046.220</b>

(\*) Los montos reportados se refieren a la cuantía y no corresponde al valor pagado al final del juicio.  
 (\*\*) Problemas de instalación, robo de tarjetas, entre otros.  
 Fuente: Sodimac

## Campañas y Acciones de Marketing



Los comerciales de televisión y los catálogos estuvieron dirigidos a entregar una asesoría por expertos, reforzando el ahorro y qué labores o cuidados se podían tener en el hogar para economizar, a través de consejos útiles en el cuidado de la casa.

Con respecto a los clientes del rubro de la construcción, sabíamos que sería el sector más afectado por la crisis y el desempleo. Frente a esto, Sodimac generó una campaña que permitió vincular a los clientes con necesidades de mano de obra y los socios del Círculo de Especialistas. Esto se realizó a través de 3 plataformas de comunicación: una pizarra con los datos de estos especialistas en todas nuestras tiendas, un sitio Web y una

bolsa de trabajo a través de una plataforma telefónica.

Otra campaña importante a nivel nacional fue realizada con la Selección Chilena de Fútbol rumbo al mundial. Sodimac acompañó a la Selección en todo el proceso clasificatorio, con una campaña que llevó a 100 clientes-hinchas en el mismo avión de la Selección que fue a Brasil. Para el Mundial de Fútbol de 2010, Sodimac seguirá apoyando con presencia de la marca y llevando a clientes a Sudáfrica.



	ACCIONES DE MARKETING	2008	2009
<b>Marca Sodimac Constructor (*)</b>	Nº Catálogos Sodimac Constructor	9	9
	Nº Exhibiciones en TV (Spot)	1714	2011
	Nº Publicaciones en Prensa	152	164
	Nº Frases Radiales	2798	1493
<b>Marca Homecenter Sodimac (**)</b>	Nº Catálogos Homecenter Sodimac	62	62
	Nº Exhibiciones en TV (Spot)	3788	7732
	Nº Publicaciones en Prensa	127	158
	Nº Publicaciones en la Vía Pública	195	195
<b>Marca Sodimac (***)</b>	Nº Frases Radiales	0	873
	Nº Exhibiciones en TV (Spot)	1452	1606
	Nº Publicaciones en Prensa	68	187
	Nº Publicaciones en la Vía Pública	31	31
	Nº Frases Radiales	239	299

(\*) Marca Sodimac Constructor: incluye campañas vinculadas al formato de materiales de la construcción. (\*\*) Marca Homecenter Sodimac: incluye campañas vinculadas al formato mejoramiento del hogar. (\*\*\*) Marca Sodimac: incluye campañas institucionales, como auspicio a la Selección Chilena de Fútbol, Fundación Teletón, Un Techo para Chile, Chile Pinta, entre otras. Fuente: Sodimac

## Comprometidos con la Calidad

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



Hemos potenciado nuestra Gerencia de Control de Calidad, optando por un adecuado control y seguridad de los productos que vendemos. Todas las líneas de productos que se incorporan a nuestro surtido, son testeadas en su calidad y seguridad por un equipo de profesionales. Al mismo tiempo a través de nuestras acciones preventivas y correctivas, realizamos el testeo de productos a lo largo de su vida.

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 acciones preventivas y correctivas en el ciclo de vida de los productos y servicios. En 2009, debido al volumen de productos incorporados a nuestro mix comercial, el equipo de Control de Calidad realizó una nueva estructura de trabajo que permite ordenar los pro-

### Objetivos y Acciones de Control de Calidad

- Brindar Calidad y Seguridad
- Asegurar el Inventario y Disponibilidad
- Comprar con Calidad
- Cumplimiento de las normas de Responsabilidad Social

cesos de testeos y concentrarse en la revisión de los productos más complejos. El 61,5% de los productos incorporados pasaron por la validación de Control de Calidad, de los cuales el 28,1% han sido aprobados con muestra, testeo o certificación.

Control de Calidad solicita el servicio de laboratorios nacionales y extranjeros para verificar la seguridad y uso de los productos, intensificando la mirada en productos eléctricos y muebles. En 2009 la realización de testeos nacionales bajo en comparación al 2008, sin embargo los testeos fuera de Chile experimentaron un aumento en comparación con el año anterior.



### CRITICOS

- Productos certificables (eléctricos, combustibles, entre otros.)
- Productos inflamables, que contengan elementos peligrosos.



### COMPLEJIDAD MAYOR

- Productos con funcionamiento, eléctricos no certificables
- Muebles, mesas y sillas



### COMPLEJIDAD MENOR

- Menaje
- Accesorios

### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Daños Potenciales

Pregunta:	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
<b>Mi empresa vela porque sus productos y/o servicios sean seguros para el cliente.</b>	4,53	4,51	4,56	4,69

## Inspecciones Nacionales e Internacionales

Sodimac tiene como objetivo asegurar la calidad de los productos y que éstos cumplan con los requerimientos que son exigidos para estar a disposición de nuestros clientes. En estas inspecciones Control de Calidad verifica la calidad de producto, la señalética en empaque, rotulación, código de barra, accesorios, manual y paletizado. En 2009 las inspecciones preventivas disminuyeron debido al término de programas de códigos de barra y la implementación de sensores en los productos y en las inspecciones correctivas se debió a una menor cantidad de nuevos productos en las tiendas.

Las inspecciones en Asia son realizadas según los requerimientos de Control de Calidad para el total cumplimiento de las especificaciones técnicas de los productos. En 2009, las inspecciones disminuyeron producto del menor número de despachos realizados desde China, sin embargo aumentaron los proveedores asiáticos inspeccionados.

INSPECCIONES NACIONALES según tipo de inspección



FLUJOGRAMA DE CONTROL DE CALIDAD



	2007	2008	2009
Testeos en Chile	1104 unidades	3322 unidades	2359 unidades
Testeos fuera de Chile	57 unidades	223 unidades	260 unidades

Fuente: Sodimac

INSPECCIONES ASIA	2007	2008	2009
N° de Inspecciones	1832	2049	1998
N° de Proveedores Inspeccionados	279	312	373

Fuente: Sodimac

## Procedimientos en Área Mascotas



Sodimac tiene 11 tiendas habilitadas con un área especial de Mascotas, donde nuestros clientes encuentran distintos animales y especies. Desde 2006, la gerencia de Control de Calidad comenzó un trabajo de estandarizar los procedimientos de aseo, alimentación y rutinas diarias que deben cumplir las tiendas para las mascotas que se encuentran a la venta.

Cada tienda posee un veterinario, quien es encargado del manejo sanitario, control y manejo de dietas, capacitaciones al personal, llevar los registros y el servicio post venta en tienda. En 2009, el equipo de Control de Calidad actualizó el protocolo y las revisiones, los resultados de las tiendas evaluadas en 2009 alcanzaron una nota promedio de 6,2 superior al 5,3 del 2008.

→ Cada tienda posee un veterinario, quien es encargado del manejo sanitario, control y manejo de dietas de las mascotas y especies.

## Control en la Post Venta



La objetivo de Control de Calidad en la última etapa del ciclo de venta, es preparar el escenario de post venta para productos de importación de directa o representante exclusivo, estableciendo lineamientos hacia los proveedores para el cumplimiento del Servicio Técnico.

Hace 3 años, la gerencia de Control de Calidad desarrolló un proyecto que consiste en la instalación en tiendas de Módulos de Soporte Técnico. Actualmente, se encuentran instalados en 36 tiendas a lo largo del país y son atendidos por técnicos que su misión es ayudar a los clientes en la puesta en marcha del producto adquirido, información para su mejor uso y envío a servicio técnico especializado.

→ Actualmente, se encuentran instalados Módulos de Soporte Técnico en 36 tiendas a lo largo del país.

ATENCIÓNES	MÓDULOS EN TIENDAS	PRODUCTOS DE CLIENTE ATENDIDOS	PUESTAS EN MARCHA
2008	18	178,586	163,704
2009	36	337,536	311,821

Fuente: Sodimac

## Escuchando a Nuestros Clientes

Sodimac en su constante preocupación por escuchar a sus clientes ha implementado diferentes canales de contacto y mecanismos de retroalimentación, buscando siempre la máxima excelencia en la atención de nuestros consumidores.

Sodimac a partir de 2009 implementa un nuevo método para evaluar el servicio de atención a clientes en sus tiendas; el objetivo apunta a generar una mirada integral hacia nuestros consumidores. El sistema lo componen las mediciones de Cliente Incógnito, las encuestas de Satisfacción y los diferentes canales de escucha denominados Contacto Sodimac.



### Medición de Atención: Cliente Incógnito

Sodimac posee un sistema de medición orientado a mejorar la atención de clientes. El objetivo apunta a medir continuamente las conductas de atención de nuestros trabajadores 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. La compañía ha definido un mínimo como estándar de servicio y que corresponde al 85% del cumplimiento en las conductas.

Durante 2009, se realizaron 10.432 evaluaciones, de los cuales un 46% de los trabajadores evaluados cumplió los estándares en un 100%, obteniendo un bono de \$10.000 imponibles, lo que corresponde a un total de \$48.120.000

CLIENTE INCÓGNITO	2007	2008	2009
Total Evaluaciones	17.616	17.656	10.432
Evaluados con 100%	7.115	7.961	4.812
% de 100%	40%	45%	46%
Monto cancelado en bonos	71.150.000	79.610.000	48.120.000
Índice de Cumplimiento Sodimac	88,5%	90,7%	91,8%

Fuente: Sodimac



## Encuesta de Satisfacción de Clientes

Sodimac implementa 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.

La encuesta se construyó sobre la base de entrevistas con personal de tienda y clientes, buscando 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 2009, se realizaron 2 evaluaciones a nivel nacional; una en abril y la segunda en noviembre; entrevistando un total de 7.402 clientes, quienes evaluaron con nota 7 y 6 la experiencia de compra en Sodimac alcanzando un 82% de satisfacción.

	2007	2008	2009
Encuestas realizadas	2520	6060	7402
Notas 7	55%	56%	54%
Notas 6	27%	26%	28%
Notas 5	12%	11%	10%
Notas 4	7%	8%	7%

Fuente: Sodimac

## Canales de Escucha: Contacto Sodimac

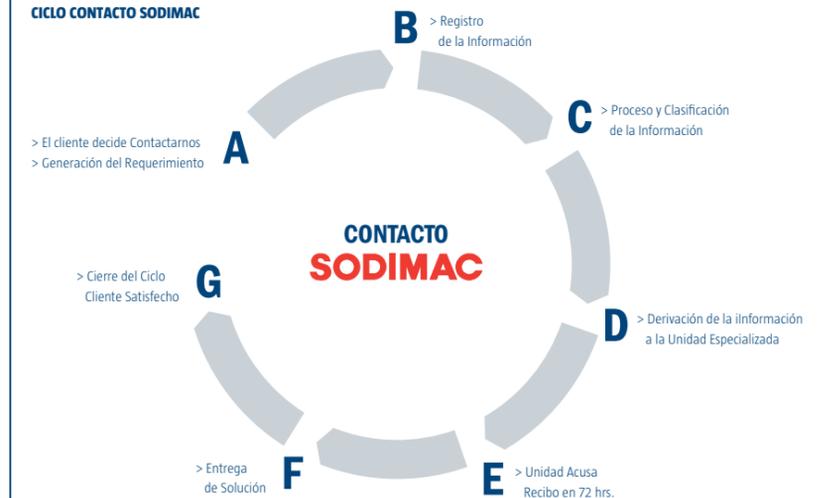
Adicionalmente, hemos implementado a partir de 2001 un sistema denominado "Contacto Sodimac".

Este sistema que 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.

Canales de Escucha para Atención al Cliente:

- Callcenter Atención a Clientes
- Buzones en Tiendas
- Mail al Personal de Sodimac
- Pagina Web Sodimac
- Línea Directa, Cartas de SERNAC y Medios de Prensa.
- Mediciones de Atención a Clientes Cliente Incógnito

### CICLO CONTACTO SODIMAC





## Requerimientos de Clientes

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, felicitaciones, sugerencias o reclamos de nuestros clientes. El aumento y perfeccionamiento de los canales de escucha durante 2009 ha generado un incremento en el total de requerimientos de nuestros clientes.

Durante 2009 se generaron 29.544 reclamos de clientes que ingresaron vía Internet, Callcenter o por escrito en nuestros buzones. Si consideramos que el total de transacciones realizadas en el año fue de 38.108.183, los reclamos representaron un 0,07%.

ÁREA	2007	2008	2009
Área Servicios	6417	7272	8565
Área Ventas	4590	4926	6832
Productos*	3571	6025	8890
Área Cajas	1639	1575	2110
Seguridad	1292	1646	2354
Infraestructura y Diseño de tiendas	328	401	407
Publicidad y Promoción	292	300	361
Medios / Formas de pagos	39	30	25
Total Reclamos Tiendas	18.168	22.175	29.544

\*A partir de 2007 se implementa un sistema que captura todos los reclamos relacionados con problemas de calidad de productos y que requieren visita a domicilio (puertas, pisos y revestimientos, calefones, entre otros), lo que explica el aumento de reclamos para este ámbito. Fuente: Sodimac

AÑO	TOTAL REQUERIMIENTOS DE CLIENTES
2009	65000
2008	51000
2007	46000

Fuente: Sodimac

### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Relación con Consumidores

Pregunta: <b>Mi empresa resuelve los reclamos de los clientes.</b>	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
	4,4	4,32	4,33	4,56

RANKING PROHUMANA: ESCALA 1 A 5

**Compromiso con el Medio Ambiente**

## Compromiso con el Medioambiente

En Sodimac apuntamos a que nuestro desarrollo del giro genere los mínimos impactos medioambientales para no comprometer a las futuras generaciones. Hemos dado nuestros primeros pasos desarrollando políticas de sustentabilidad, promoviendo productos de ahorro y eficiencia hídrica y energética y que al mismo tiempo, otorguen soluciones concretas al alcance de nuestros clientes.

### Primera Tienda de Retail Sustentable de Latinoamérica

Con mucho orgullo, queremos destacar que en 2009, nuestra nueva tienda Homecenter Sodimac de la ciudad de Copiapó obtuvo la certificación LEED, convirtiéndola en el primer edificio de Retail en Latinoamérica que cumple con todos los requisitos de sustentabilidad.

Estamos conscientes de que los edificios en su construcción y operación son los mayores emisores de carbono y con la instalación de esta tienda ecológica, la compañía ha incorporado una nueva mirada que considera el Cambio Climático como una variable relevante a la hora de proyectar e invertir en una tienda bajo los conceptos de sustentabilidad.

#### Construyendo la Sustentabilidad

En una superficie total construida de 11.348,46 m<sup>2</sup>, la tienda se ubica en un sitio cuya base estaba contaminada con antiguos relaves mineros. Se hicieron los estudios necesarios para su recuperación y se tomaron las medidas de mitigación para controlar la erosión y contaminación de la tierra.



La ubicación geográfica de la tienda cumple con ciertas variables demográficas como son el insertarse en una zona de alta densidad de población, con fácil acceso a las vías de transporte público y servicios tales como comercio, hospitales y bancos entre otros.

Los desechos de construcción se manejaron de acuerdo a un procedimiento establecido

para no contaminar y se enviaron a vertederos para su separación y reciclaje. Parte de lo instalado se recicló y se recuperó para donaciones. Al mismo tiempo se utilizaron materiales de la región, producidos a no más de 800 kilómetros de distancia de la tienda; entre ellos se usó maderas certificadas bajo la norma FSC, que aseguran la procedencia de bosques sustentable.



### Premio Nacional a la Eficiencia Energética 2009

La Confederación de la Producción y el Comercio (CPC) y el Gobierno de Chile por intermedio de la Comisión Nacional de Energía y el Programa de Eficiencia Energética, concedieron a Sodimac el "Premio Nacional Eficiencia Energética 2009", en la categoría "Gran Empresa", por su tienda Homecenter de Copiapó, que es el primer edificio de retail sustentable con certificado LEED en Chile.



#### Uso del agua, viento y luz natural

La escasez de agua en la región marcó importantes características consideradas en su construcción. Por ejemplo, en los 3.553 m<sup>2</sup> de áreas verdes se privilegiaron las especies autóctonas, que después de su primer año de plantación no necesitarán riego frecuente. En los baños se instalaron artefactos de griferías y sanitarios certificados con tecnología de uso eficiente de agua que permiten reducir en un 25% el consumo de agua potable.

Una serie de estudios bioclimáticos permitieron determinar la mejor orientación de la tienda para aprovechar de la manera más eficiente la luz del sol y los vientos propios del sector. A través de la instalación de aleros y cubiertas en la fachada, la tienda puede mantener durante 5 horas un 90% de su iluminación artificial apagada. A su vez, con la instalación de una serie de lucarnas o ventanas automatizadas, sumado a un efecto mecánico del viento, la tienda puede extraer

el aire caliente del interior y ventilar sus diferentes áreas o mantenerlas calefaccionadas.

Para el uso de energías renovables, se instalaron 45 paneles solares para calentar el agua de los baños del personal y el casino, además de un sistema de enfriamiento de las oficinas mediante el uso de energía geotérmica. En el caso de los equipos de climatización fueron escogidos con refrigerantes cuyos componentes no dañan la capa de ozono.

### Programa LEED

El sistema LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) es un programa de certificación voluntario creado por el Green Building Council de Estados Unidos que se ha convertido en parámetro mundial a la hora de hablar de edificios sustentables.

El programa asigna puntajes según las características ambientales del edificio. La tienda Homecenter Sodimac de Copiapó logró 34 puntos quedando en la categoría Silver y convirtiéndose en la primera tienda de retail sustentable certificada en Chile y Latinoamérica.



- GRI
- EC2
- EN1
- EN2
- EN3
- EN4
- EN5
- EN6
- EN7
- EN8
- EN9
- EN10
- EN11
- EN12
- EN13
- EN14
- EN15
- EN19
- EN21
- EN22
- EN23
- EN24
- EN25
- EN26
- EN27
- EN30
- PR3
- SOS
- PG-7
- PG-8
- PG-9

## Características y equipamiento de la Tienda Homecenter Copiapó:

→ 109,62 m<sup>2</sup> de ventanas en la sala de ventas facilitan luminosidad

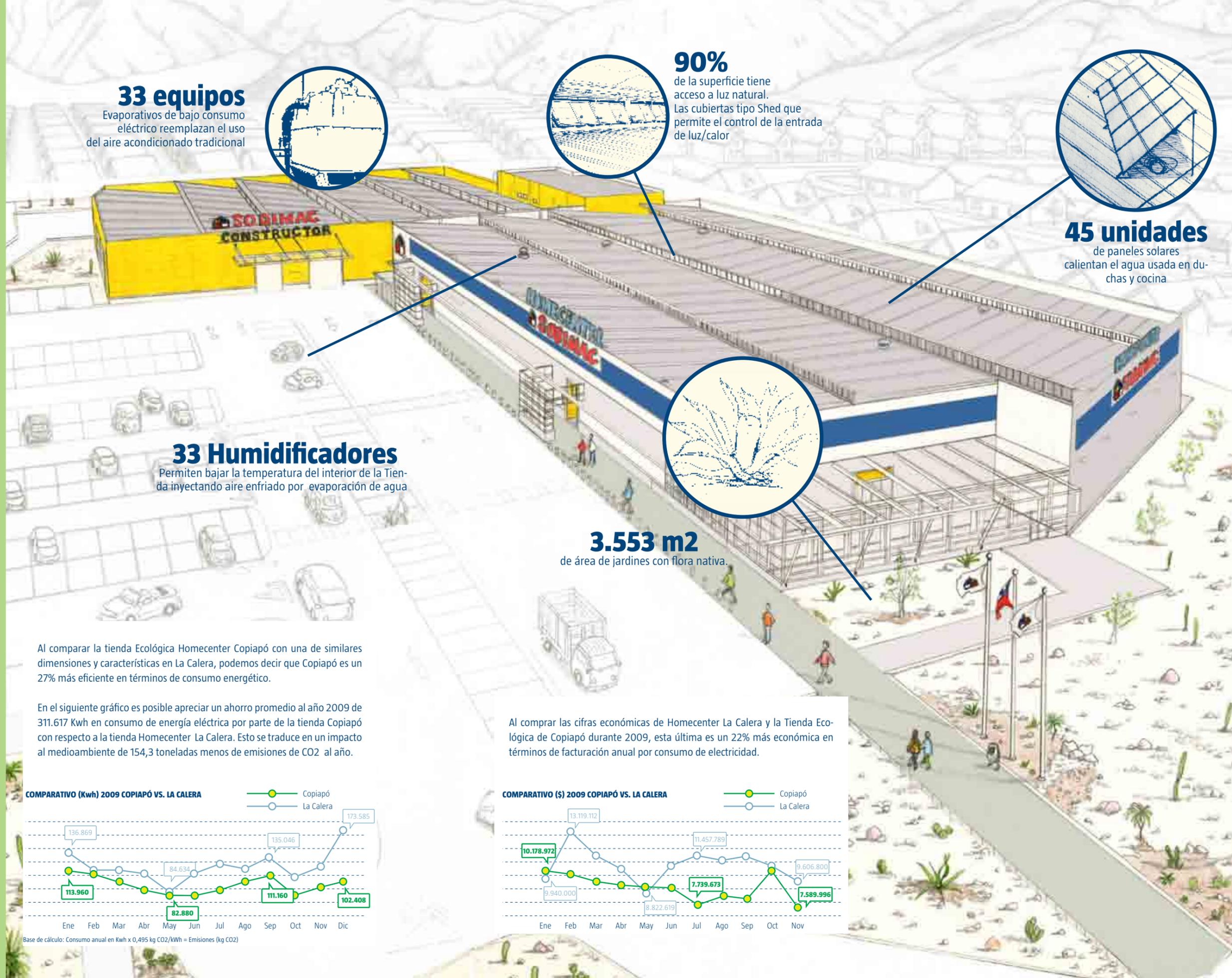
→ 100% ahorro de energía en verano y 75% en invierno.

→ Revestimiento exterior con aislamiento térmico para reducir el calor.

→ Pilares de hormigón prefabricado y estructura metálica en la cubierta.

→ Orientación estratégica para mejor aprovechamiento de la luz natural y vientos.

→ Sistema de sensores regulan intensidad y uso de luz artificial interna y externa.



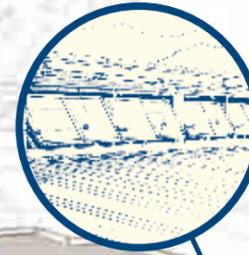
### 33 equipos

Evaporativos de bajo consumo eléctrico reemplazan el uso del aire acondicionado tradicional



### 90%

de la superficie tiene acceso a luz natural. Las cubiertas tipo Shed que permite el control de la entrada de luz/calor



### 45 unidades

de paneles solares calientan el agua usada en duchas y cocina

### 33 Humidificadores

Permiten bajar la temperatura del interior de la Tienda inyectando aire enfriado por evaporación de agua



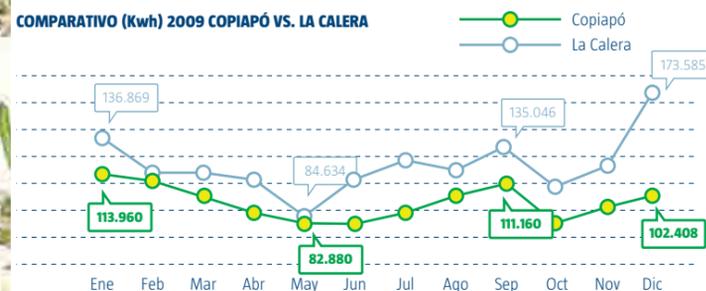
### 3.553 m<sup>2</sup>

de área de jardines con flora nativa.

Al comparar la tienda Ecológica Homecenter Copiapó con una de similares dimensiones y características en La Calera, podemos decir que Copiapó es un 27% más eficiente en términos de consumo energético.

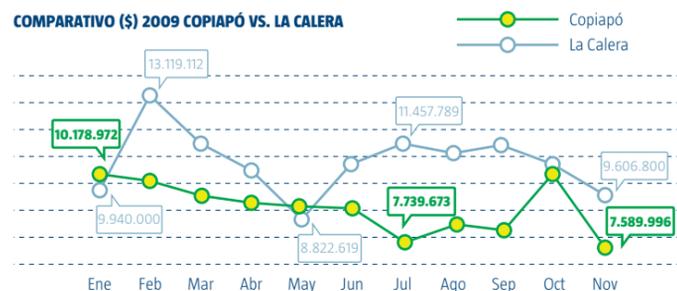
En el siguiente gráfico es posible apreciar un ahorro promedio al año 2009 de 311.617 Kwh en consumo de energía eléctrica por parte de la tienda Copiapó con respecto a la tienda Homecenter La Calera. Esto se traduce en un impacto al medioambiente de 154,3 toneladas menos de emisiones de CO<sub>2</sub> al año.

COMPARATIVO (Kwh) 2009 COPIAPÓ VS. LA CALERA



Base de cálculo: Consumo anual en Kwh x 0,495 kg CO<sub>2</sub>/kWh = Emisiones (kg CO<sub>2</sub>)

COMPARATIVO (\$) 2009 COPIAPÓ VS. LA CALERA



Al comprar las cifras económicas de Homecenter La Calera y la Tienda Ecológica de Copiapó durante 2009, esta última es un 22% más económica en términos de facturación anual por consumo de electricidad.

# Productos y Comercio Responsable

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.

Sodimac por la naturaleza de su giro, no cuenta con procesos productivos propios. Compramos nuestro mix de productos a proveedores y los vendemos a través de nuestros diversos formatos, procurando satisfacer las necesidades de nuestros clientes. En este sentido, no contamos con un registro o medición sobre el volumen o porcentaje de materias primas recicladas que son usadas en la fabricación de los diferentes productos. Para ello iniciamos una identificación de productos entre nuestros proveedores con criterios o variables ecológicas testeados por Control de Calidad. Entre ellas, logramos identificar 476 productos que en su fabricación contienen materiales reciclados o reutilizados.



Hoy tenemos el desafío de profundizar la incorporación de nuestra política de Responsabilidad Social a la gestión Comercial; ya hemos podido identificar 1.754 productos responsables que cuentan con respaldos y verificaciones que acreditan su variable ecológica-social.

Hemos optado por un adecuado control y seguridad de los productos que vendemos. Nos preocupamos de sus impactos en el medioambiente realizando rigurosos tests, los cuales van acompañados de información clara y comprobada. Todo esto nos permite entregar a nuestros clientes un producto seguro, confiable y con altos estándares de calidad, fomentando el ahorro y cuidado del medioambiente. (Más información en Capítulo Nuestros Clientes).

Respecto del etiquetado relacionado con temas medioambientales de los productos, Sodimac no realiza ningún tipo de exigencia directa a sus proveedores debido a que éstos, por ley, deben cumplir con las normativas y exigencias legales. En el caso de productos importados, por ley del consumidor se debe informar el origen de procedencia lo cual es revisado en las inspecciones de productos, tanto en China como en Chile.

### VARIABLES ECOLÓGICAS

(\*) 1754 productos cumplen con 1 ó más criterios



## Gestión en Impactos a la Biodiversidad

Las locaciones de las tiendas Sodimac se encuentran en zonas urbanas sujetas a autorizaciones de impacto vial y medioambiental, por lo que no existen impactos significativos en zonas de protección ecológica o fuentes hídricas protegidas. Desde el punto de vista del cambio climático y la biodiversidad, podemos decir que las operaciones de nuestras tiendas no han tenido un efecto directo y relevante derivado de esta problemática mundial.

Sin perjuicio de lo anterior, la compañía ha generado acciones que apunten a un desarrollo responsable de nuestro giro, poniendo especial cuidado en las operaciones de nues-

tros proveedores. Es por ello, que hemos implementado paulatinamente el traspaso de conocimiento a nuestra cadena de valor, sobre todo los pequeños y medianos empresarios para que puedan organizar su empresa, integrar conocimientos en gestión de responsabilidad social e incorporar variables de control de calidad y sostenibilidad en sus procesos (Capítulo Proveedores: Traspaso de Prácticas Responsables).

Esperamos con estas acciones, que Sodimac y la cadena de proveedores puedan acercarse paulatinamente a una producción que no altere al ecosistema y cumpla con las normativas y exigencias ambientales propias de su negocio.

## Acuerdo Operacional con el SAG

El Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) con el objetivo de reforzar las labores de control, fiscalización y divulgación del área libre de plagas definió una nueva estrategia de protección que modifica los controles fitosanitarios.

El ingreso de ciertos productos como los sustratos de tierra, se encuentran autorizados y reglamentados. Para ello deben ser inspeccionados en origen y transportados con una Guía de Libre Tránsito.

Por esta razón, Sodimac a través de la gerencia de Control de Calidad ha desarrollado un Acuerdo Operacional con el SAG para el traslado de sustratos (tierras en saco), señalando la operación del despacho a las tiendas desde la provincia de Arauco hasta la región de la Antártica, zonas en las que se encuentran las barreras sanitarias.

La gerencia de Control de Calidad ha capacitado al personal de las nueve tiendas que se encuentran más allá de las barreras sanitarias y al personal de despacho de nuestra bodega de Coronel.

En 2010 se tiene proyectado realizar inspecciones trimestrales a estas nueve tiendas y visitas mensuales a la bodega de Coronel con la finalidad de realizar seguimiento del acuerdo con la autoridad ambiental.

## Uso Responsable de la Leña

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



Durante 2008, hemos dado inicio a un Programa de Desarrollo de Proveedores de Leña (PDP) en conjunto con la Cámara de Comercio de Santiago y CORFO con el fin de apoyar a estas pequeñas empresas y buscar mejorar las condiciones del producto, conocimientos y habilidades del manejo bosques y leña, cumplimiento de estándares legales, laborales y de responsabilidad social.

En agosto de 2009, se dio inicio a la fase de desarrollo y ejecución del programa con 13 proveedores de las cuales 9 pertenecen a Sodimac y se encuentran distribuidos desde Coquimbo a la región de Magallanes. Esto en coherencia con nuestra política de producción responsable que considera la discusión del proyecto de ley sobre el uso, manejo y comercialización de la leña y alineada a los Planes de Prevención de Descontaminación Ambiental (PPDA).

En paralelo, hemos continuado las inspecciones a los despachos de los proveedores, controlando permanentemente el estado fitosanitario de los leños (que estén libres de plagas y hongos) y testeando su humedad.

El 2009, a pesar de la disminución en la cantidad de proveedores con contrato comercial, las inspecciones aumentaron en un 23,8% logrando un avance de 55% en el cumplimiento de las normas por parte de los proveedores.

A partir de los primeros resultados del PDP, esperamos poder incorporar cifras de impacto medioambiental durante el período 2010 que nos permita mostrar los ahorros energéticos y estimar los menores impactos en la contaminación del aire.

	2007	2008	2009
Universo proveedores:	12	13	10
Proveedores inspeccionados:	10 (75%)	11 (85%)	8 (80%)
Aprobado:	51	31	60
Rechazado CON despacho:	31	36	21
Rechazado SIN despacho:	11	21	28
Inspecciones realizadas:	93	88	109

## 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.

### Programa de Ahorro Energético



El programa de ahorro incluyó:

- Procedimientos en cada tienda para el control de iluminación incluyendo apagar luces y aprovechar la iluminación natural a través de ventanales o tragaluces y apagando luminarias durante la noche en sectores no destinados a la venta.
- Disminuir los niveles de iluminación en estacionamientos y apagar las luces de fachadas y letreros publicitarios durante la noche.
- Sistemas de control automático en la operación de los equipos de climatización e iluminación en 38 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 las empresas Prevent y Trane.
- Los ahorros generados por la tienda ecológica Homecenter Copiapó, certificada LEED.

Durante 2009, Sodimac continuó realizando importantes esfuerzos en la línea del cuidado y uso eficiente de la electricidad; Esto se generó en el contexto del Plan de Reducción de Gastos elaborado por la empresa para enfrentar la crisis económica y en continuidad con el compromiso suscrito en el Protocolo de Ahorro y Eficiencia Energética de 2008.

Los ahorros logrados por la compañía en el período 2009 según el Plan Eléctrico, fueron de un 5,04% estimado en M\$ 443.539, lo que equivale a 1.779.374 kwh.

CONSUMO ELÉCTRICO (KWH)			
	Kwh/2007	Kwh/2008	Kwh/2009
Totales	92.163.630	98.240.932	96.461.558
Nº de Tiendas	49	54	57
Valor Promedio (KWh)	\$ 65,22	\$76,99	\$86,56

Fuente: Sodimac

### Acuerdo Energético Sodimac - Chilectra

Adicional al Programa de Ahorro Energético, Sodimac ha continuado el acuerdo con Chilectra que permite a la compañía desconectarse del sistema de energía en las horas punta durante algunos días en período de invierno en nuestras tiendas de la Región Metropolitana.

Este acuerdo con Chilectra fue posible gracias a que Sodimac cuenta con 17 generadores a base de petróleo con tecnología avanzada y que, en conjunto, generan 1.020.000 Kwh. Esta iniciativa generó para 2009 un ahorro de 1.943.000 Kwh, equivalente a M\$ 168.187.

## Control de Emisiones a la Capa de Ozono

Sodimac se ha preocupado del cumplimiento de la normativa y control de las emisiones de sustancias que destruyen la capa de Ozono. Este tema toca directamente a la compañía debido a que cada tienda cuenta con una serie de equipos de climatización instalados que usan gases del tipo CFC y cuya liberación accidental hacia la atmósfera genera la destrucción de la capa de ozono.

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.

Durante 2009, producto de la crisis económica internacional no se construyeron nuevas tiendas, lo que a su vez implicó no generar inversiones en nuevos sistemas de climatización.

La compañía no posee actividades que generen emisiones significativas de otros gases al medioambiente como Óxido Nitroso y Óxido de Azufre, entre otros.

SISTEMA DE CLIMATIZACIÓN EN TIENDAS			
	2007	2008	2009
Nº Tiendas con Freón 22	45	50	50
Nº Tiendas con R407 ó C410	-	7	7

Fuente: Sodimac

## Consumo de Agua

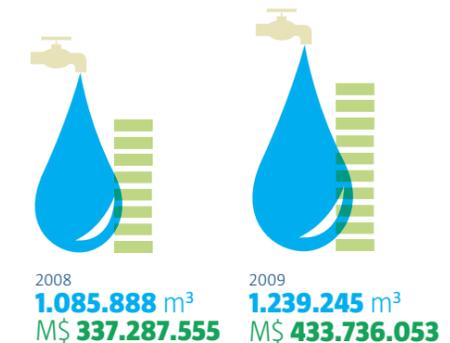
Sodimac por las características de su actividad no consume agua para usos industriales; éste se remite al uso de nuestros trabajadores como son duchas, casino y en los servicios higiénicos disponibles para los clientes.

El agua potable consumida por las Tiendas, Centros de Distribución y Oficinas de Apoyo de Sodimac es suministrada en cada ciudad por las empresas sanitarias respectivas. Luego de ser utilizadas son descargadas al sistema de alcantarillado público, según las normativas vigentes para el sector retail. Debido al bajo consumo por tiendas y a su uso no industrial, la empresa no posee proyectos específicos para el reciclaje o reutilización de aguas.

Motivados por el período de crisis, la empresa realizó la identificación y sistematización respecto de una serie de consumos los cuales se centraron en los temas energéticos. En este sentido, la medición exacta sobre los consumos de agua sigue siendo un factor pendiente para la empresa y cuya gestión comprometemos para el período 2010 de nuestro próximo reporte.

Sin embargo, realizamos un cálculo estimativo para el consumo de agua basado en los gastos totales en pesos, divididos por un costo promedio por M3. Para dicha estimación se consultó la cantidad de M3 que consume cada una de las tiendas, Centros de distribución y Oficinas de Apoyo, tomando como referencia las tiendas centralizadas con ESVAL y Aguas Andinas.

**CONSUMO DE AGUA POTABLE**  
Estimación realizada sobre el monto total pagado, dividido por el consumo en m³ para el año.



Fuente: Sodimac

## Gastos e Inversiones Ambientales

Las inversiones más significativas en materia medioambiental realizada por la empresa durante 2009 se concentran fundamentalmente en dos proyectos emblemáticos. Por una parte la certificación LEED de la tienda ecológica Homecenter Copiapó, con una inversión de \$315 millones y por M\$23.850 millones para la construcción de los Centros de Distribución de Santiago y Coronel.

Aún cuando ambos Centros de Distribución pertenecen a proyectos relacionados con el área de logística, sus impactos en los ahorros de viajes, consumo de petróleo de los camiones y consumo de energía eléctrica son significativos para la empresa en general.

**GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES**  
(Valores aproximados)

Tienda Homecenter Copiapó  
**\$ 315 millones**  
Equipamiento sustentable y certificación LEED.

Centro de Distribución Santiago y de Coronel  
**M\$ 23.850 millones**  
Centros de Distribución con eficiencia de almacenaje, aumento en capacidad de despacho y clasificación.

## Buenas Prácticas Ambientales

En Sodimac hemos asumido la responsabilidad de nuestros impactos en el medioambiente a lo largo de nuestra cadena de valor.

Adicional a los programas y preocupación por el uso eficiente de la energía, el agua y el control de emisiones, la compañía ha desarrollado otra serie de estrategias internas y externas que apuntan al cuidado del medioambiente.

- Reciclaje de Residuos No Peligrosos
- Disposición de Residuos Peligrosos
- Reciclaje de Residuos Electrónicos
- Reciclaje de Baterías Automóviles en Tiendas
- Bolsas Plásticas Degradables



### Reciclaje de Residuos No Peligrosos

Como parte de nuestra responsabilidad y compromiso con el medio ambiente durante 2009 hemos continuado con el Plan de Reciclaje de Papel y Cartón, iniciado en 2005 al interior de la compañía y en alianza con Sociedad Recuperadora de Papel (SOREPA).

Para el período 2009 es posible separar la cantidad total de papel reciclado de acuerdo a los siguientes ítems:

Material	Peso en Kg
Papel	23.970
Cartón	3.220.885
Mixto	545
<b>Total</b>	<b>3.245.400</b>

Fuente: Sodimac

El ítem papel incluye papel blanco y de revista, y el ítem mixto incluye papeles y cartulinas blancas y coloreadas como copias de facturas, sacos de papel, envases, boletas de color, entre otros.

#### RECICLAJE DE PAPEL Y CARTÓN (KG)

2009  
**3.245.400**

2008  
**3.394.942**

2007  
**3.249.717**

Fuente: Sodimac.

Es importante destacar que este reciclaje corresponde a cartón proveniente de embalajes y que esta iniciativa contempla a las tiendas a nivel nacional de cuyos ingresos recaudados en 2009 el 74% se destinó al apoyo de acciones internas las que se distribuyen de la siguiente forma:

AYUDA EN CASOS SOCIALES	33,45%
Apoyo de Actividades Culturales	7,8%
Apoyo de Actividades Deportivas	20,8%
Otros (Salas de Descanso en Tiendas, Celebración de Días Especiales)	37,9%

Fuente: Sodimac

## Disposición de Residuos Peligrosos

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

TONELADAS TRANSPORTADAS DE RESIDUOS PELIGROSOS RM y V REGION 2009



#### Ciclo de Acopio y Disposición de Residuos Peligrosos

##### Residuos sólidos contaminados

- Baterías usadas
- Tubos fluorescentes
- Tarros de pinturas vacíos
- Envases de solventes
- Aceites y residuos sólidos contaminados con hidrocarburos



## 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.

La empresa Proactiva certificada en el retiro y transporte de residuos peligrosos, realiza el traslado de todos los residuos hacia la planta de disposición final. En ella, se realiza un proceso de inertización, recuperación, tratamiento físico químico 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.

Durante el año 2009, se amplió la cobertura de retiro de Residuos Peligrosos a las tiendas de la Región del Bío Bío, estimándose su primer retiro para el mes de marzo del 2010 por

la empresa Proactiva, sumándose a los retiros programados para la Región Metropolitana y Región de Valparaíso, los cuales son trasladados a Hidronor para su tratamiento y disposición final.

De esta forma se completan 28 tiendas que concentran el mayor porcentaje de residuos peligrosos, alcanzando el 42,3% del total de las tiendas cubiertas por este reporte. Esperamos avanzar paulatinamente a otras regiones en la medida que existan empresas locales autorizadas para efectuar el retiro de estos residuos.

En la tipología de residuos eliminados durante 2009 en la V y Región Metropolitana, es posible detectar que la mayor cantidad está compuesta por tarros de pintura vacíos, envases plásticos de solventes vacíos y Basura Industrial.

#### Materiales del Equipo de Derrame:

- Basurero Plástico
- Guantes de PVC para químicos
- Cal Apagada
- Botas de Goma
- Delantal Plástico
- Anteojos de Seguridad
- Mascarilla doble vía c/filtro P-100
- Material Absorbente
- Bolsas de Basura
- Detergente Suave
- Escoba
- Etiquetas y marcadores
- Pala metálica
- Balde metálico con arena

## Reciclando Residuos Electrónicos



La basura electrónica se ha convertido en una preocupación cada vez más relevante en materia medioambiental debido a su importante aumento porcentual en el total de la basura generada a nivel mundial.

Chile no escapa a esta realidad con una proyección para 2010 de 10.500 toneladas de basura electrónica. No ajeno a esta situación, Sodimac ha implementado desde 2007 en conjunto con la empresa Recycla un programa de reciclaje electrónico que en 2009 cumplió su tercer año.

Durante 2009, la compañía ha logrado reciclar 14.801 kilos de residuos electrónicos, además de brindar 238 horas de trabajo al

Programa de Reciclaje que posee la empresa Recycla para la reinserción laboral de personas privados de libertad.

Durante este mismo año, Sodimac apoyó el proyecto de la empresa Recycla, consistente en la implementación de un nuevo medio de transporte, denominado Recycla Móvil. Su objetivo es el retiro de la basura electrónica en diferentes empresas de la Región Metropolitana y que al mismo tiempo fomente la educación y difusión sobre las consecuencias que tienen los residuos electrónicos en el medioambiente el cual es uno de los compromisos centrales de Sodimac en su política de RSE

## Reciclaje de Baterías en Tiendas



En continuidad con las prácticas de reciclaje para el fomento y la protección del medioambiente, Sodimac ha brindado respaldo a la Empresa Tecnorec para trabajar desde junio de 2009 en el proyecto piloto de Reciclaje de Baterías: "Punto Verde"; proyecto que consiste en la instalación de un Centro de Acopio para el almacenamiento de baterías de automóviles en desuso.

A la fecha se han incorporado al proyecto tres tiendas pertenecientes a Cerrillos, Puente Alto y Las Condes, de las cuales se han efectuado retiros de baterías en desuso, alcanzando un total de 6 mil kilos.

RECICLAJE DE RESIDUOS ELECTRÓNICOS	KG
Total Residuos Electrónicos 2007	995
Total Residuos Electrónicos 2008	20.932
Total Residuos Electrónicos 2009	14.801
Total KG	36.728
Total TN	37

Fuente: Recycla

IMPACTO SOCIAL	2008	2009
Horas de Personal "Programa Reciclaje Social"	352	238

Fuente: Recycla

IMPACTO AMBIENTAL	%	2009 KG
Metales Ferrosos	44,5%	6.589
Metales No Ferrosos	2,1%	311
Plásticos	43,1%	6.375
Vidrio	1,3%	197
Materiales Mezclados con plásticos	0,6%	85
Cables	0,2%	32
Tarjetas Electrónicas (circuitos)	0,2%	28
Otros	0,2%	37
Elementos peligrosos	7,8%	1.156
Total	100,0%	14.801

Fuente: Recycla

## Bolsas Plásticas Biodegradables

Sodimac mantiene su compromiso con el cuidado del medioambiente y el fomento de un desarrollo sustentable, manteniendo su programa de adquisiciones y compra de bolsas biodegradables.

Se proyecta la utilización de 55 millones de unidades de bolsas plásticas biodegradables al año para la operación de nuestras tiendas en todo el país. Cantidad menor a lo que realmente se adquiere para mantener el stock anual. Este dato se basa en una estimación y no responde a una metodología verificable. Esperamos en nuestro Reporte 2010 mejorar el control y verificación de esta información.

Bajo estos antecedentes y como parte del Proyecto de Reducción de Bolsas, Sodimac ha establecido como meta para el 2010,

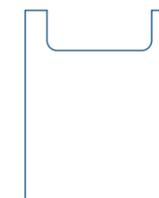
fomentar el uso de bolsas reutilizables y al mismo tiempo reducir el consumo de bolsas plásticas a través de un sistema de control que permita medir el número total de bolsas utilizadas.

Esto nos permitirá realizar un proyecto piloto en siete de nuestras tiendas ubicadas en Región Metropolitana V y VI para conocer el comportamiento de consumo de bolsas plásticas acompañado de un plan de comunicación hacia nuestros clientes y capacitación de nuestros cajeros y personal de empaques.

Con la implementación de este proyecto, esperamos llevar un registro confiable del consumo en cada tienda, generando un control verificable que nos permitirá obtener una reducción del 10% en el consumo de bolsas plásticas degradables estimado en 5,5 millones bolsas para el próximo año.

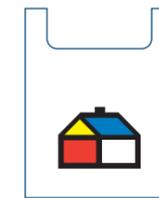
### TIEMPO DE DEGRADACION

#### Bolsa Normal



**300**  
AÑOS

#### Bolsa Sodimac Degradable



**2**  
AÑOS

## Ahorro y Eficiencia Energética en la Comunidad



En Sodimac hemos invitado a la comunidad a convertir al país en un lugar más consciente con el entorno, promoviendo importantes iniciativas relacionadas con el ahorro y la eficiencia energética para los hogares.

En nuestro compromiso con la comunidad hemos impulsado importantes iniciativas relacionadas con la educación, ahorro y la eficiencia energética en catálogos y nuestro

sitio Web. Esto se refleja en nuestra participación en la mesa de trabajo del retail para la eficiencia energética y el apoyo a diferentes campañas masivas impulsadas por instituciones como: el Programa País de Eficiencia Energética (PPEE), la Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica (INEH) y la Corporación Nacional del Medio Ambiente (CONAMA).

## Promoviendo la Eficiencia Energética



Sodimac ha participado en la promoción de iniciativas relacionadas con el ahorro energético del país. Esto se ha visto reflejado desde 2008 con la participación en la Mesa de Trabajo del retail para la eficiencia energética y el apoyo a la campaña “Ilumínate con Buena Energía”, durante el 2009 para el recambio de ampollas realizada por el Gobierno con el objetivo entregar ampollas de bajo consumo a 195.000 viviendas del 40% más vulnerable de la población.

En 2009, Sodimac adhiere a la iniciativa del Comité Sustentable de la Asociación Nacio-

nal de Avisadores (ANANDA) que busca que los socios disminuyan los niveles de iluminación en fachadas y letreros publicitarios durante la noche. Desde 2008, nuestra empresa viene realizando estas acciones, lo que se traduce en ahorros y a su vez promover el uso eficiente de la energía, como medio para reducir los gases que provocan el efecto invernadero, causantes del calentamiento global.

Al mismo tiempo, nuestra empresa fue un agente importante en la firma del llamado “Protocolo de Ahorro y Eficiencia Energéti-

ca”. A través de éste, la Asociación de Supermercados, la Cámara de Centros Comerciales y las empresas, que conforman la Mesa de Eficiencia Energética del sector retail, acordaron para el 2009 realizar tres actividades:

- Un estudio de caracterización energética del sector.
- Un análisis de los instrumentos nacionales con aplicabilidad en el sector, para identificar y evaluar los instrumentos impositivos, financieros, económicos u otros existentes en Chile.
- La capacitación para los operarios debidamente identificados, para conocer los conceptos de Eficiencia Energética y aplicarlos en sus labores diarias.

Los resultados serán presentados en 2010, donde se pondrán los plazos a cumplir de acuerdo a los objetivos planteados por la Comisión Nacional de Energía y el Programa País de Eficiencia Energética.

## Educación hacia la Comunidad

Durante el 2009 Sodimac cumplió un rol de asesoramiento y educación en la mejora del hogar, ya que se hizo un importante trabajo en la entrega de información a la comunidad para que, durante el año de crisis, pudieran tomar buenas decisiones.



Entendemos que una empresa como la nuestra es un actor relevante en campañas que tiendan a educar en criterios de eficiencia y ahorro de energía, puesto que con 57 tiendas, más de 4 millones de visitas mensuales y actividades de marketing podemos constituir un aporte significativo en la adopción de criterios que signifiquen cambios de conducta en la población. Por lo mismo, durante 2009, realizamos campañas de ahorro en televisión, prensa escrita, catálogos, Hágalo Ustedes Mismo y sitio Web.

Apoyamos la realización del IV Concurso Nacional Escolar de Cuentos Ambientales, organizado por la Corporación Nacional del Medio Ambiente (CONAMA), que busca fomentar el interés por el cuidado de nuestro entorno inmediato, el conocimiento de diversas realidades y sensibilizar a la comunidad escolar. El reciclaje, cambio climático, agua, protección de las especies y pueblos originarios fueron los temas incluidos en los 1729 cuentos participantes.

A fines de 2009, Sodimac se unió a la Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica (INEH), que depende de la Dirección General de Aguas,

con la finalidad de crear conciencia sobre la importancia del ahorro de agua en Chile. Para lograrlo, se implementarán diversos programas que promuevan un uso y gestión eficiente y responsable de este recurso.

Además, durante el 2010, Sodimac apoyará el Concurso Junior del Agua, que organiza anualmente la Dirección General de Aguas y que premia a la mejor investigación científica realizada por alumnos y alumnas de enseñanza media. El concurso también considera que estos estudiantes participen en la versión internacional que se realiza en Estocolmo, Suecia.

**Compromiso  
con la Comunidad**



## Compromiso con la Comunidad



El 2009 fue un año difícil en el contexto de la crisis mundial. Bajo estas circunstancias la prioridad para Sodimac fue cuidar a sus clientes y preservar el empleo. Es decir, no dejar de lado el compromiso con sus trabajadores, sus familias y la comunidad.

A pesar de este complejo escenario y de una menor disponibilidad presupuestaria, no dejamos de desarrollar aquellos programas emblemáticos como son el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), el programa Hágalo Usted Mismo (HUM), la extensión del HUM hacia comunidades emergentes; el programa de voluntariado Buen Vecino – Sodimac en Acción, y los aportes a las fundaciones Teletón, Nuestros Hijos y Un Techo para Chile.

→ En Sodimac hemos avanzado en cumplir con el propósito fundamental de la Responsabilidad Social que es contribuir al desarrollo humano hacia la sociedad en general y la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida.

### Resultado Ranking Prohumana Sodimac 2009: Inversión Social

Pregunta: <b>Los proyectos sociales y/o culturales de mi empresa tienen un impacto positivo en la comunidad.</b>	Promedio Sodimac 2009	Promedio Sodimac 2008	Promedio Todas	Promedio 5 mejores
	4,42	4,18	4,37	4,62

RANKING PROHUMANA: ESCALA 1 A 5

## Círculo de Especialistas Sodimac

El programa Círculo de Especialistas Sodimac (CES), es uno de nuestros proyectos emblemáticos en el plano de los Negocios Inclusivos. A través de esta iniciativa nos relacionamos con un grupo de maestros especialistas y contratistas que son nuestros clientes en Sodimac Constructor. Al mismo tiempo, estas personas forman parte de la comunidad y experimentan la necesidad de contar con capacitaciones formales que les permita manejar su actividad y alcanzar un mayor desarrollo personal.

como un socio y aliado en el camino del emprendimiento.

Estamos convencidos que este programa se encuentra en el centro de lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial, porque se relaciona directamente con nuestro negocio, se vincula con uno de nuestros públicos de interés fundamentales, pero por sobre todo, nos brinda la oportunidad de apoyar y contribuir, desde nuestra actividad, al crecimiento y desarrollo de un grupo específico de personas que son parte de nuestra sociedad y que actualmente llega a los 186.256 socios de Arica a Punta Arenas.

### 3.300 Capacitaciones

Para canalizar las capacitaciones a este numeroso grupo humano, Sodimac creó un programa de becas para especialistas de la construcción. Aún cuando en 2009 disminuyó el número de becas entregadas con respecto al año anterior, la suma total ha favorecido a 3.300 maestros especialistas.

Desde los inicios del programa, la empresa ha generado alianzas con instituciones de educación superior con el objetivo de entregar un reconocimiento formal a las competencias desarrolladas por los especialistas. Es

así como en 2009, se concretó la alianza con la Universidad Santo Tomás, Universidad de Las Américas y los Institutos DuocUC y DECON UC.

Durante 2009 los cursos impartidos contemplaron la mejora de habilidades y competencias en áreas de: Instalaciones Eléctricas Domiciliarias (certificación clase D); Gasfitería en Baja Presión (certificación clase 3); Soldadura por Arco Eléctrico; Carpintería Metálica en Acero Galvanizado (Metalcom); Creación, Planificación y Administración de Pymes; Cubicaciones y Presupuestos; Interpretación de Planos y Especificaciones Técnicas y Uso Intensivo de la Madera en la Construcción de Viviendas.

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.

### Ventajas para los socios del CES

- Postulación a Becas
- Capacitaciones gratuitas en tienda
- Ferias de capacitación
- Visitas a fábricas
- Desayuno en tiendas
- Bolsa de trabajo
- Descuentos especiales en arriendo de herramientas
- Entrega de la Guía Maestra

En 2005 Sodimac detectó la necesidad en este grupo específico de clientes y creó el Programa Círculo de Especialistas Sodimac (CES) con el objetivo de capacitar y entregar herramientas de administración que permitan a estas personas mejorar la gestión de su actividad y contar con nuestra compañía

BECAS Y ACTIVIDADES CES			
Actividades	2007	2008	2009
Nº Socios	102.232	148.652	186.256
Nº Socios Certificados CES	100	100	110
Nº Ferias	12	12	6
Nº Capacitaciones	507	510	632
Nº Visitas a Fábricas	42	9	10
Becas			
Nº Becas Entregadas	1.100	1.200	800
Inversión en Becas	\$ 142.000.000	\$ 263.000.000	\$ 455.959.949
Fuente: Sodimac			

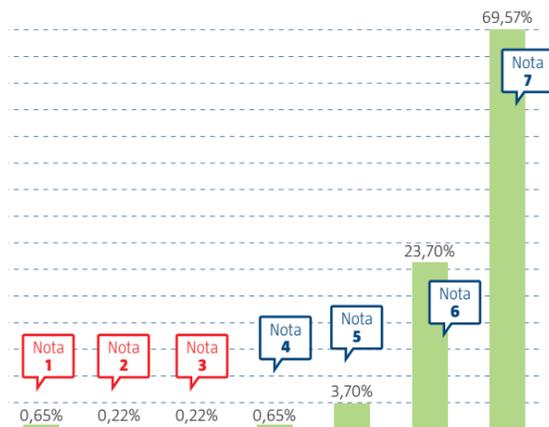


## Percepción del Programa Capacitación CES

Es importante destacar que cada año Sodimac realiza una encuesta sobre la percepción de los socios con respecto al Programa de Capacitación CES, sobre una base de nueve ítems calificados de 1 a 7.

Durante 2009, de una muestra aleatoria de 460 entrevistados el 90,2% calificó con nota 6 y 7 su grado de satisfacción con los cursos entregados. A su vez el 56,5% manifestó haber tenido un aumento en la cantidad de trabajo y un 93,3% expresó tener una alta percepción de Sodimac después de su participación en el CES.

**CIRCULO DE ESPECIALISTAS SODIMAC 2009**  
ENCUESTA PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CES  
Desde que recibió la Beca CES ¿Cuál es su percepción de Sodimac?



Fuente: Sodimac

## Círculo de Especialistas PRO

A los pocos años de haber creado el CES, nos dimos cuenta que aquellos socios que ya tenían un camino recorrido, comenzaban a generar nuevas inquietudes y expectativas que escuchamos atentamente. Así nace, en 2008, el Círculo de Especialistas PRO, con el objetivo de entregar un incentivo mayor para quienes han seguido trabajando con Sodimac y han tenido una buena gestión de sus actividades o negocios durante estos últimos años

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

Con el objetivo de abrir y difundir aún más las actividades de los socios del CES- PRO, se crearon los Centros de Negocios ubicados en nuestras tiendas. La idea es que puedan tener un contacto directo con el público y realizar las acciones propias de sus negocios como son cotizaciones, circulares y envío de presupuestos.

Al mismo tiempo y para mantener un contacto más fluido, hemos desarrollado una página Web y lanzamos la revista Contacto PRO para comunicar los programas y actividades que se realizan.

### Más Trabajo para Nuestros Socios

El 2009 fue un año especialmente sensible en materia de empleo y búsqueda de trabajo. Por lo mismo, hemos continuado impulsado el Banco de Trabajo, donde cualquier cliente que necesite ubicar o contratar a un maestro especialista, puede buscar y contratarlo a través de nuestras bases de datos publicadas en las pizarras de nuestras tiendas. Además, tiene la posibilidad de evaluar objetivamente al especialista. También hemos activado un sistema de contacto telefónico al 600 8171000 y una página web [www.maestrosespecialistas.cl](http://www.maestrosespecialistas.cl). De esta forma y con estas iniciativas queremos seguir promoviendo el crecimiento profesional y personal de todos nuestros socios.

## Hágalo Usted Mismo

**Hágalo Usted Mismo (HUM), se ha convertido, por más de una década, en uno de los programas más emblemáticos de Sodimac, cuyo objetivo es brindar asesoría a nuestros clientes en temas relacionados con el mejoramiento del hogar.**

Desde 1998 este programa se viene realizando con una excelente acogida del público, inicialmente a través de la televisión, para luego expandirse a otros medios de comunicación como la revista, los talleres en tiendas, secciones en catálogos y en nuestro sitio web.

Hágalo Usted Mismo (HUM) brinda ideas, soluciones prácticas a través de la asesoría de expertos quienes entregan conocimientos para que las personas construyan muebles, realicen reparaciones y mantengan en buen estado sus viviendas, ayudando así a mejorar su calidad de vida, entretenerse y ahorrar dinero.



## Programa HUM Comunitario

La experiencia y cercanía de Sodimac con las diferentes comunidades donde se encuentran sus instalaciones, nos permitieron detectar el crecimiento de un nuevo segmento emergente de comunidades y familias en situación económica vulnerable.

Frente a esta realidad en 2007, Sodimac diseña un programa sobre la base y aprendizajes del HUM, lo cual le permite acercarse y colaborar con estas familias a través del mejoramiento del hogar y reforzar el principio de ser un buen vecino.

De esta forma nacen los primeros talleres de cerámica y pintura adaptados a las necesidades de estos grupos familiares y cuyo piloto partió en las comunas de Puente Alto y La Florida.

En 2008, la empresa decide extender el proyecto a otras comunas de la Región Metropolitana, agregando dos innovaciones. Por una parte, generando proyectos comunitarios definidos por los propios vecinos, para luego ser presentados a la empresa y lograr un cofinanciamiento. Y por otra, la emisión de una serie de programas en radios comunitarias con contenidos técnico-social siempre en la línea del HUM.

## Aprendizajes y Evaluaciones

De los 81 talleres realizados durante 2009 en Puente Alto y Maipú, los más demandados fueron electricidad (27%), mueblería (26%), plomería (26%) y pintura (21%). De los participantes, el 78% eran mujeres dueñas de casa; el horario preferido por un 55% era a las 18:00hrs; un 47% tenía un promedio de edad entre los 35 y 50 años; al ser consultados por la motivación para asistir a los talleres, un 78% lo hacía para mejorar su vivienda y el 59% ahorraría para poder pagar los arreglos. En general los talleres fueron evaluados por sobre el 90% como muy útiles y entretenidos.



Posicionar a Sodimac como el "Vecino que aporta sus Conocimiento y Experiencia en Vivienda" Para mejorar mi casa, mi barrio y el bienestar de mi familia.	1	Talleres para Mejorar el Hogar	>	Mejorar la calidad de vida de familias de GSE D, 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

### PARTICIPACIÓN EN EL HUM - COMUNITARIO

2007			2008			2009		
1	69	276	155	2.137	8.549	81	972	3.888
Talleres	Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos	Talleres	Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos	Talleres	Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos
0	0	0	48	516	2.064	10	120	480
Proyectos Comunitarios	Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos	Proyectos Comunitarios	Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos	Proyectos Comunitarios	Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos
0	0	0	6	0	0	2	0	0
Radios	Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos	Radios	Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos	Radios	Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos

## Plan Buen Vecino – Sodimac en Acción 2009

Si en duda el que muchos de ellos sean también vecinos de Sodimac, genera una sensibilidad especial, puesto que conocen mucho mejor las necesidades y expectativas de las comunidades que rodea a nuestras tiendas.

Es así como por tercer año consecutivo, la compañía mantiene el Programa de Voluntariado denominado Plan Buen Vecino – Sodimac en Acción, cuya fórmula consiste en que los propios empleados de Sodimac presenten sus proyectos para ayudar a la comunidad a través de fondos concursables creados por

nominada Jornada Magallánica por el Niño Impedido, donde el ejemplo del gerente animaba a sus trabajadores a colaborar. Muy pronto la compañía integró estas iniciativas como partes de la estrategia global de la empresa y de su futuro desarrollo.

Durante 2009, se realizaron 55 proyectos en los cuales participaron 54 tiendas, además de los Centros de Distribución de Coronel, Antofagasta, Santiago y las Oficinas de Apoyo, participando un total de 880 trabajadores y logrando un impacto comunitario de 28.764 personas beneficiadas.

→ Durante 2009, los impactos de la crisis no disminuyeron el espíritu y sello solidario que caracteriza a nuestros trabajadores.

la empresa. Uno de los principales objetivos es mejorar la habitabilidad e infraestructura de hogares de menores y ancianos, jardines infantiles u otras organizaciones de beneficencia.

### ¿Cómo se seleccionan los proyectos?

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.

Los proyectos deben cumplir con algunos requisitos como por ejemplo: que sea elegido participativamente por la tienda; que mejore la habitabilidad del lugar intervenido; que genere impacto positivo medible; que integre a los trabajadores y que haya un reporte y justificación de los recursos comprometidos.

### ¿Cómo partió esta iniciativa?

Estas acciones partieron de iniciativas muy particulares, como por ejemplo la participación de la tienda de Punta Arenas en la de-

### Desde Arica a Punta Arenas

En 2009 los proyectos con mayor impacto en la comunidad se concentran en la Región Metropolitana con 4.066 personas, en la V Región con 2.072 personas, en la VII con 21.099 personas y en la VIII Región con un total de 558 personas beneficiadas.

Los proyectos benefician a instituciones de todo tipo entre las cuales se encuentran jardines infantiles, centros comunitarios, escuelas para personas con alguna minusvalía, fundaciones, cuerpos de bomberos, consultorios, corporaciones, hogares infantiles y de ancianos, entre otros.

#### PLAN BUEN VECINO – SODIMAC EN ACCIÓN

Año	Nº de Proyectos	Nº de tiendas participantes (*)
2009	55	58
2008	41	46
2007	19	22

(\*) Se sumaron los Centros de Distribución y Oficinas de Apoyo.  
Fuente: Sodimac



## Teletón: Programa Abre



## Fundación Nuestros Hijos

Este año la Fundación Nuestros Hijos pudo reiniciar la construcción de la Institución para Niños con Cáncer gracias a las donaciones del vuelto de nuestros clientes en la campaña "ayudar a los niños con cáncer es nuestro compromiso" y también gracias al compromiso de nuestros cajeros y cajeras con esta iniciativa en las diferentes tiendas del país, renovando así, por séptimo año consecutivo, la alianza y apoyo de Sodimac con la fundación.

Además, este 2009 planificamos la campaña interna "Manos a la Obra" en la que agrupamos a los trabajadores Sodimac en alianzas y les dimos la libertad de buscar la mejor forma para recaudar dinero durante Octubre. Al término de la campaña, el monto recaudado de \$49.891.209 superó ampliamente las expectativas, donde la alianza Regional Norte resultó ganadora y recibió un emotivo homenaje realizado por los niños de la Fundación.

Al mismo tiempo, quisimos ofrecer la posibilidad a todos nuestros trabajadores de sumarse a este esfuerzo conjunto a través de la campaña "Hazte Socio de la Fundación" y también con la posibilidad de participar en las iniciativas navideñas que promueve el Departamento de Bienestar para la Fundación Nuestros Hijos.



INICIATIVAS	APORTES SODIMAC 2008	APORTES SODIMAC 2009
Campaña Pide el Vuelto (Clientes)	314.063.720	336.025.429
Campaña Manos a la Obra (Trabajadores)	No realizada	49.891.209
Campaña Hazte Socio (Trabajadores)	29.599.000	37.086.728
Tarjetas de Navidad	1.102.940	667.886
Regalos de Navidad	7.875.000	7.285.140
Auspicio Campeonato de Golf	800.000	800.000
Total Sodimac	353.440.660	431.756.392

\* Los números corresponden a aporte neto, sin considerar costos incurridos en la actividad. Fuente: FNH - Sodimac

El Programa Abre que busca superar condiciones deficientes de los hogares y para lograr mayor independencia e integración de las personas discapacitadas.

Sodimac mantiene su compromiso con la superación de la discapacidad. Y este año, en que no se realizó la campaña Teletón, nuestros trabajadores voluntarios participaron activamente en el Programa Abre que busca superar condiciones deficientes de los hogares y para lograr mayor independencia e integración de las personas discapacitadas.

El objetivo es superar barreras arquitectónicas y sociales a través del trabajo de voluntarios que mejoran accesos físicos y permiten una integración justa e igualitaria a las personas con discapacidad.

Entre el 2008 y 2009 hubo 1.058 familias beneficiadas, correspondiente a 1.232 adecuaciones arquitectónicas para las personas con discapacidad en 90 comunas del país, entre las que destacan:

- Rampas de acceso (madera y cemento)
- Barras de sujeción y seguridad en baños
- Barandas de desplazamiento dentro del hogar
- Siting (asientos adaptados para tinas)
- Tablas de tina.
- Arreglos estructurales para mejorar viviendas
- Sendas de desplazamiento (huellas de con-

creto en cerros y quebradas)

- Rampas en altura
- Otros arreglos y mobiliario escolar adaptado

Parte de nuestros voluntarios del Programa Abre son también integrantes del Plan Buen Vecino, principalmente aquellos ubicados en las ciudades de Antofagasta, Valparaíso, Santiago, Temuco y Castro, quienes entregaron capacitación y realizaron construcciones dentro de muchos hogares. Adicionalmente Sodimac aportó con publicaciones en la Revista Hágalo Usted Mismo, dando espacio a formas de adecuar el hogar para un discapacitado.

Nº FAMILIAS TELETON ABRE 2008 – 2009  
(1.058 familias)

Zona Norte

27%

Región Metropolitana

36%

Zona Sur

37%

# Un Techo para Chile



Con el propósito de apoyar la meta del bicentenario de erradicar los campamentos y que todos los chilenos tengan un techo digno en 2010, Sodimac y Un Techo para Chile ha continuado su alianza de colaboración estratégica.

Con este acuerdo firmado en 2008, nuestra compañía se convierte en el proveedor oficial de Un Techo para Chile, apoyando con recursos humanos y financieros, brindando precios especiales y preferenciales en los materiales que se requieran; y apoyo logístico para disminuir los costos de distribución de materiales en los distintos puntos del país.

Al mismo tiempo, a través de nuestra área Hágallo Usted Mismo, Sodimac presta 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.

**Acciones para el Bicentenario**  
En 2009 apoyamos la campaña nacional para crear conciencia a lo largo de Chile sobre la gran cantidad de campamentos que aún existen en el país. Esta campaña partió en nuestra tienda Homecenter de Iquique, en donde el padre Felipe Berríos alentó a los participantes a integrarse y colaborar. Luego este modelo se replicó en las ciudades con mayor cantidad campamentos, como Antofagasta, Concepción, Puerto Montt, Santiago y Quilpué. El recorrido duró aproximadamente dos semanas y nuestras tiendas se transformaron en el escenario elegido para entregar el mensaje de Un Techo.

Además, se realizó un voluntariado con el personal de las Oficinas de Sodimac para contribuir con el mejoramiento de casas definitivas en el Barrio Amancay, en Renca, entregando precios especiales para la compra de los materiales, además de donar áreas

verdes y una pérgola para darles un espacio en común que motive a los pobladores a continuar con la mejora de sus hogares y de su entorno.

Sodimac apoyó la iniciativa "Inclusivo", incorporando módulos en tiendas Homecenter para la comercialización de Zapatos ARMO, cuyo proyecto, que incorpora innovación y diseño, es un trabajo conjunto entre emprendedores del Campamento Los Aromos de Colina y el Centro de Innovación y Fomento Productivo de Un Techo para Chile.



# First Lego League

Sodimac por segundo año apoya la competencia First Lego League (FLL) esta es una competencia educativa de robótica en un marco regional e internacional dirigida a jóvenes escolares entre 10 y 16 años, promoviendo ciencia y tecnología en forma lúdica. Entendemos que la innovación y especialmente la incorporación de jóvenes en el desarrollo de soluciones tecnológicas, representa un enorme aporte a los muchos desafíos que tiene nuestro país.

Cada año, FLL tiene un desafío diferente, en torno al cual los equipos deben plantear su estrategia, diseñar, construir, programar,

probar y refinar un robot autónomo. Este debe ser capaz de completar diversas misiones en el campo de competencias, usando la tecnología Lego Mindstorms. El 2009 el desafío fue "Smart Move: Transformando el Transporte", donde participaron más de 100 equipos escolares de Santiago, Valparaíso, Temuco, Valdivia, Concepción y Punta Arenas.

Felicitamos al ganador de la Final Nacional 2009, equipo Dragonbots del Colegio San Francisco de Alba, quienes en 2010 representaran a nuestro país en el FLL Worldfestival en Atlanta, Estados Unidos.

# Jóvenes Sin Fronteras

Sodimac dentro de su programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), establece y formaliza en 2009 una alianza con el proyecto Jóvenes Sin Fronteras, que se dedica a la organización de trabajos voluntarios integrados por estudiantes de la Pontificia Universidad Católica, de diversas carreras.

La finalidad de esta alianza es poder realizar directamente un importante aporte en los materiales requeridos para realizar los trabajos, además de apoyo y orientación a los jóvenes para el buen diseño de los proyectos, las técnicas de construcción y otros conocimientos necesarios para la organización y planificación de los trabajos de diversa índole que ellos realizan.

El programa Jóvenes Sin Fronteras se caracteriza por ir a lugares aislados, en donde puedan aportar de diferentes maneras a las necesidades humanas, tanto materiales como emocionales, ejecutando proyectos en conjunto con empresas y juntas de vecinos, que digan relación con las principales necesidades de cada localidad.

Entre enero, julio y noviembre de 2009 aproximadamente unos 300 voluntarios estudiantes participaron en actividades distribuidas en comunidades como Hualaihué y Cochamó en la X región y en comunidades agrícolas al interior de la cordillera desde la I a la XV región, beneficiando a unas 200 familias en 28 localidades diferentes.



# Glosario

## A

### 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.

### Auditoría

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

## B

### 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.

## C

### Cambio Climático

Se refiere a los cambios producidos en el clima, atribuidos directa o indirectamente a la actividad humana y que altera la composición de la atmósfera mundial, sumada a una variación natural del clima observado durante períodos de tiempo comparables.

### Código de Conducta

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

## D

### 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.

## E

### 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).

### Estudio de Impacto Ambiental (EIA)

Es el estudio o proceso que se debe realizar antes de iniciar un proyecto que pueda intervenir o modificar un espacio geográfico o entorno ambiental relevante. Se debe elaborar un documento que proporcione los antecedentes fundamentados para la predicción, identificación e interpretación de su impacto ambiental y describir las acciones para impedir o minimizar los efectos adversos más significativos.

### Efecto Invernadero:

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

## G

### 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 seleccionen 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](http://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.

## I

### Involucramiento de las Partes Interesadas

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

### Innovación

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

### ISO 26000

Normativa desarrollada por la Organización Internacional de Estandarización (ISO), también conocida como Norma de Responsabilidad Social 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

vos, 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.

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).

## P

### 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](http://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.

## M

### Memoria o Reporte de Sostenibilidad

Informe elaborado por la empresa para dar a conocer los resultados de la gestión en el ámbito económico, social y ambiental. Incluye información sobre sus actividades y sus impactos en los tres ámbitos, durante el periodo cubierto por el informe. Es una herramienta de transparencia informativa, con la que se pretende informar y comunicar a los Grupos de Interés de la empresa sobre su impacto en empleados, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente e incentivar el dialogo entre ambas partes. Generalmente cubren las siguientes áreas claves: principios éticos, mercados de productos y capitales, 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.

## N

### 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 Initiative, 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

## R

### 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.

## S

### 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.

## T

### Transparencia

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

## V

### 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.



Ries  
Av. Providencia 1760  
Piso 8  
Providencia, Santiago  
Chile  
Fono: (56-2) 729 8281  
Fax: (56-2) 374 9190  
e-mail: riskchile@deloitte.com  
www.deloitte.cl

Junio 25, 2010

## INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2009 SODIMAC S.A.

Señor  
Juan Carlos Corvalán  
Gerente de Asuntos Legales y RSE  
Presente

### De nuestra consideración

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos del Reporte de Sostenibilidad 2009 de SODIMAC:

### Alcance

- ✓ La adaptación de los contenidos del Reporte de Sostenibilidad con lo establecido en la Guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad GRI en su versión 3.0 (G3), así como de los indicadores centrales.
- ✓ La información proporcionada sobre el grado de avance y cumplimiento de los compromisos de sostenibilidad para el ejercicio 2009.

### Estándares y procesos de verificación

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

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

- ✓ Reunión con el Gerente General Sodimac Chile, Eduardo Mizón.
- ✓ Reunión con el Gerente de Asuntos Legales y RSE, Juan Carlos Corvalán.
- ✓ Reuniones con el Coordinador de RSE (Gerencia Responsabilidad Social Empresarial), Pablo Urbina.
- ✓ Reuniones con representantes de unidades operativas, para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- ✓ Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de los grupos de interés a lo largo del ejercicio a través del análisis de información interna y los informes de terceros disponibles.
- ✓ Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2009 en función del entendimiento de Sodimac de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales descritos en el apartado Materialidad y Participación de los Grupos de Interés.
- ✓ Análisis de la adaptación de los contenidos del Reporte de Sostenibilidad 2009 a los recomendados en la Guía GRI-G3 y comprobación que los indicadores principales incluidos en este Reporte se corresponden con los protocolos establecidos por dicho estándar y que se justifican los indicadores no aplicables o no materiales.
- ✓ Comprobación, mediante pruebas de verificación en base a la selección de muestras representativas de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI-G3 incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2009 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Sodimac.

### Conclusiones

- ✓ No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Reporte de Sostenibilidad 2009 de Sodimac no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative en su versión 3.0 (G3).
- ✓ No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada sobre los progresos para el ejercicio 2009 contenga errores significativos.
- ✓ No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que Sodimac no pueda acceder al nivel A del GRI (G3).

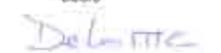
### Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Gerencia de Responsabilidad Social Empresarial un informe de oportunidades de mejora para considerar en los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de la Sostenibilidad.

### Responsabilidades de la Dirección de Sodimac y de Deloitte

- ✗ La preparación del Reporte de Sostenibilidad 2009, así como el contenido del mismo es responsabilidad de Sodimac, la que además es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- ✗ Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- ✗ Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de Sodimac, de acuerdo a los términos establecidos en la Carta de Compromiso.
- ✗ Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código de Ética de la IFAC.
- ✗ Las conclusiones de verificación realizadas por Deloitte son válidas para la última versión del Reporte de Sostenibilidad en nuestro poder, recibido con fecha 25 / 06 / 2010.
- ✗ El alcance de una revisión de seguridad limitada es sustancialmente inferior al de una auditoría o revisión de seguridad razonable. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Reporte de Sostenibilidad 2009 de Sodimac.

Saluda atentamente a ustedes.

  
Ricardo Briggs,  
Socio  


# Indicadores Global Reporting Initiative (GRI) y Principios Pacto Global



El nivel A+ es el que hace público más indicadores y son verificados por una entidad externa. Cada nivel puede ser comprobado por un revisor externo o por el mismo GRI. El Reporte de Sostenibilidad de Sodimac se ubica en el nivel más alto obteniendo A+, comprobado por el GRI, y verificado externamente por Deloitte.

Indicador	Descripción	Página
<b>1</b>	Estrategia y análisis	
<b>1.1</b>	Declaración de la dirección de la empresa	6
<b>1.2</b>	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	12-13-33-34-41-42
<b>2</b>	Perfil de la organización	
<b>2.1</b>	Nombre de la organización.	4
<b>2.2</b>	Principales marcas, productos y/o servicios.	35-36
<b>2.3</b>	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	8-30-31-32-33-34-35
<b>2.4</b>	Localización de la sede principal de la organización.	4
<b>2.5</b>	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas.	30-31-36
<b>2.6</b>	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	30
<b>2.7</b>	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	31 y 32
<b>2.8</b>	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.	35-38-39-40-54
<b>2.9</b>	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	8-30-45-53
<b>2.10</b>	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	24
<b>3</b>	Parámetros del reporte	
<b>3.1</b>	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario).	8
<b>3.2</b>	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	15
<b>3.3</b>	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	8
<b>3.4</b>	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	4

Indicador	Descripción	Página
<b>Alcance y cobertura del reporte</b>		
<b>3.5</b>	Proceso de definición del contenido de la memoria: materialidad, identificación de los grupos de interés, descripción sobre aplicación de las "Orientaciones para la definición del contenido de la memoria" y los principios asociados.	8-9-14-15-16
<b>3.6</b>	Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores). Consulte el Protocolo sobre la Cobertura de la memoria de GRI, para más información.	8
<b>3.7</b>	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	8
<b>3.8</b>	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.	8
<b>3.9</b>	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes.	9
<b>3.10</b>	Descripción del efecto que pueda tener la reinterpretación de información perteneciente a memorias anteriores.	8
<b>3.11</b>	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	8-9
<b>Índice del contenido del GRI</b>		
<b>3.12</b>	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	5
<b>Verificación</b>		
<b>3.13</b>	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria	9
<b>4</b>	Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	

Indicador	Descripción	Página
<b>Gobierno</b>		
<b>4.1</b>	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.	44-45-46
<b>4.2</b>	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).	45
<b>4.3</b>	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.	45
<b>4.4</b>	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	45
<b>4.5</b>	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).	44-45
<b>4.6</b>	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	45
<b>4.7</b>	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.	45-46
<b>4.8</b>	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.	26-27-47-48-49-50
<b>4.9</b>	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.	44-45-46
<b>4.10</b>	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	44-45-46

Indicador	Descripción	Página
<b>Compromiso con Iniciativas externas</b>		
<b>4.11</b>	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	45
<b>4.12</b>	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	8-9-10-11
<b>4.13</b>	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya	17
	Participación de los grupos de Interés: La siguiente sección hace referencia a los procesos de compromiso y comunicación con los grupos de interés que han sido adoptados por la organización durante el periodo que cubre la memoria.	
<b>4.14</b>	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	14-15-16
<b>4.15</b>	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	8-9-14-15-16
<b>4.16</b>	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	14-15-16
<b>4.17</b>	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	15

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL
	DMA		Enfoque de gestión económica	38-39	
<b>Desempeño Económico</b>	EC1	P	Valor económico directo generado y distribuido.	41	
	EC2	P	Consecuencias financieras debido al cambio climático.	96-97-98-99-103	PG 7
	EC3	P	Cobertura de las obligaciones de la organización sobre planes de pensiones.	69	
	EC4	P	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	41	
<b>Presencia en el Mercado</b>	EC5	A	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	54	PG 1
	EC6	P	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	78-79-80-81-82	
	EC7	P	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local	60	PG 6
<b>Impacto Económico Indirecto</b>	EC8	P	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales,	42-114	
	EC9	A	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	42	
<b>Materiales</b>	DMA		Enfoque de Gestión Ambiental	102-103	
	EN1	P	Materiales utilizados, por peso o volumen.	100	PG-8
	EN2	P	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	104-105-106	PG 8-9
	EN3	P	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	102-103	PG-8
<b>Energía</b>	EN4	P	"Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias."	102	PG-8
	EN5	A	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	102	PG 8-9
	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 .	100-101-107-108	PG 8-9
	EN7	A	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	102-107-108	PG 8-9
<b>Agua</b>	EN8	P	Captación total de agua por fuentes.	103	PG-8
	EN9	A	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	103	PG-8
	EN10	A	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	103	PG 8-9
<b>Biodiversidad</b>	EN11	P	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	100	PG 7-8
	EN12	P	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	100	
	EN13	A	Hábitats protegidos o restaurados .	100	PG 7-8
	EN14	A	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	100	PG 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	100	PG 7-8

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL
<b>Emissiones, Vertidos y Residuos</b>	EN16	P	Emissiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Sodimac se encuentra diseñando un plan de medición de los gases de efecto invernadero emitidos por los transportes de carga.	PG 7-8
	EN18	A	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Sodimac se encuentra diseñando un plan de medición de los gases de efecto invernadero emitidos por los transportes de carga.	PG 7-8
	EN19	P	Emissiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	103	PG 7-8
	EN20	P	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Sodimac no genera NO, SO u otras emisiones significativas al aire.	PG 7-8
	EN21	P	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	103	PG 7-8
<b>Productos y Servicios</b>	EN22	P	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	104-105-106	PG 7-8
	EN23	P	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	105	PG 7-8
	EN24	A	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea.	105-106	PG 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 .	100	PG 7-8
	EN26	P	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	98-99	PMG7-8
<b>Cumplimiento Normativo</b>	EN27	P	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	104-105-106	PG 7-8
	EN28	P	"Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental."	Durante el año 2009 Sodimac no registra incidentes, multas ni sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental.	PG 7-8
	EN29	A	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades	Sodimac se encuentra diseñando un plan de medición de los gases de efecto invernadero emitidos por los transportes de carga.	PG 7-8
<b>General</b>	EN30	A	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	103	PG 7-8
	DMA		Información sobre el Enfoque de Gestión	56-57-58-59-60-64-72	
<b>Empleo</b>	LA1	P	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	54	
	LA2	P	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	54: Durante el próximo período se incorporará número total de trabajadores que dejaron su empleo durante el período del informe.	PG-6
	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.	68-69-70	
<b>Relación Empresa Trabajadores</b>	LA4	P	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	52	PG 1 -3
	LA5	P	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	52-53: La empresa realiza reuniones mensuales con ambos sindicatos donde se tratan cualquier cambio en la organización.	PG -3

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL
<b>Salud y Seguridad en el Trabajo</b>	LA6	A	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	72	PG -1
	LA7	A	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	75: Se presenta "Índice de Ausentismo" calculado por accidentes laborales. En próximo reporte se incluirá ausentismo por todas las causas.	
	LA8	P	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	66-67-73-74	PG-1
	LA9	P	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	66	PG-1
<b>Formación y Educación</b>	LA10	P	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	56-57	
<b>Diversidad e Igualdad de Oportunidades</b>	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.	56-57-60	
	LA12	A	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	58-59	
	LA13	P	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	62-63	PG 1-6
	LA14	P	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	62	PG 1-6
	DMA		Información sobre el enfoque de la dirección	49-50	
<b>Prácticas de Inversión y Avastecimiento</b>	HR1	P	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.	47	PG 1-2
	HR2	P	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	48-82-83	PG 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.	50: Por contrato colectivo los dirigentes sindicales tienen permiso para la actividad y formación en gestión sindical.	PG 1-2
<b>No Discriminación</b>	HR4	P	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	63	PG 1-2-6
<b>Libertad de Asociación y Convenio Colectivo</b>	HR5	P	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.	52	PG 1-2-3
<b>Explotación Infantil</b>	HR6	P	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	47-79	PG 1-2-5
<b>Trabajos Forzados</b>	HR7	P	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.	79	PG 1-2-4
<b>Prácticas de Seguridad</b>	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.	50: No se registran capacitaciones específicas en DD.HH para este tipo de actividad.	PG 1-2
<b>Derechos de los Indígenas</b>	HR9	A	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No se registran incidentes ni denuncias formales relacionadas con violación de los derechos de los indígenas en ninguna de las tiendas u oficinas de apoyo.	PG 1-2-6
	DMA		Información sobre el enfoque de gestión	111-112-113-114	

ASPECTOS	INDICADOR	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL
<b>Comunidad</b>	SO1	P	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.	111-112-113-114-115-116-117	PG 2
<b>Corrupción</b>	SO2	P	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	50	PG 10
	SO3	P	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	50	PG 10
	SO4	P	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	50	PG 10
<b>Política Pública</b>	SO5	P	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	17-108	PG 1-10
	SO6	A	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Sodimac emitirá información sobre este indicador en el próximo período, previa consulta al Directorio.	PG 1-10
<b>Comportamiento de Competencia Desleal</b>	SO7	A	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Durante el período cubierto no registran denuncias por prácticas monopólicas de acuerdo con la normativa vigente en Chile.	PG 1-10
	SO8	P	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones .	Durante el período reportado no se han registrado en la empresa sanciones derivadas de incumplimientos laborales, fraudes contables u otros.	PG 1-10
<b>Cumplimiento Normativo</b>	DMA		Información sobre el enfoque de la dirección	89-90	PG 1-8
<b>Salud y Seguridad del Cliente</b>	PR1	P	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	89-90-91	PG 1-8
	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.	87-94	PG 2-10
<b>Etiquetado de Productos y Servicios</b>	PR3	P	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	100	PG 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 .	87	PG 2-10
	PR5	A	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	92-93-94	PG 2
<b>Comunicaciones de Marketing</b>	PR6	P	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	87	PG 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.	87	PG 2-10
<b>Privacidad del Cliente</b>	PR8	A	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes .	87	PG 2-10
<b>Cumplimiento Normativo</b>	PR9	P	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	87	PG 2-10



---

# Agradecimientos

**Agradecemos a quienes trabajaron en el Reporte de Sostenibilidad Sodimac 2009.**

## **Gerencia de Administración y Finanzas**

Fernando Valenzuela  
Sergio Zuñiga  
Marco Flores  
Carlos Neira  
Marcos Monsalves

## **Gerencia de Contabilidad**

Jaime Piña  
Jorge Letelier  
Gonzalo Tapia  
Lucía Ortega

## **Gerencia de Planificación y Desarrollo**

Alejandro Inzunza  
Lorena Mercado

## **Gerencia de Operaciones**

Oswaldo García  
Patricio Suárez  
José Manuel González  
Claudio Barria

## **Gerencia de Recursos Humanos**

Sergio Dittborn  
Verónica Verdugo  
Susana Kehsler  
Catherina Huerta  
Isabel Paris  
Paulina Moreno  
Rodrigo Pino  
Laura Marchant  
Claudia Fernández  
Lautaro Fariña  
Sergio Rojas  
Claudio Pérez  
May-Lin Chi  
Angélica Muñoz  
Carolina Bonizzoni  
Carolina Fuenzalida  
Luz María Contreras  
Leonardo López  
M. Fernanda Baeza

## **Gerencia de Marketing**

María Teresa Herrera  
Carolina Auad  
Javier Marambio  
Ximena Núñez  
Katherine Scheel  
Claudia Bustos  
Claudia Moller

## **Gerencia Comercial**

Felipe Pesce  
Domingo Cereceda  
Carolina Peña y Lillo  
Marcela Erazo

## **Gerencia de Abastecimiento y Logística**

Francisco Errázuriz  
Regina Ihl

## **Gerencia de Contraloría**

Nicolás Cerda  
Manuel López  
M. Milagros Castro

## **Gerencia de Prevención**

Sergio Migliorini  
Claudio Muñoz  
Rodrigo Herrera

## **Gerencia de Proyectos**

Daniel Angulo  
Kenneth Mena  
Reinaldo Moreno

## **Gerencia de Asuntos Legales**

Eric Cristi  
Cristián Norero  
Natalia González



**SODIMAC®**