SODIMAC.

Reporte de Sostenibilidad 2013

LA CASA DE CHILE

SODIMAC®

Reporte de Sostenibilidad

2013

LA CASA DE CHILE

Sodimac S.A.
R.U.T. 96.792.430-k
Dirección: Av. Presidente Eduardo Frei Montalva N° 3092, Renca.
Santiago de Chile.
Teléfono: (562) 2738 1000
www.sodimac.cl

Comentario o sugerencia, contactar a:

Juan Carlos Corvalán R.
Gerente de Asuntos Legales y Sostenibilidad
Teléfonos: (562) 27381191 - (562) 27381192
E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.
Jefe de Sostenibilidad
Teléfono: (562) 27381784
E-mail: purbina@sodimac.cl

Coordinación y Edición de Contenidos:
Pablo Urbina M.

Redacción:
Extend Comunicaciones

Equipo Asesor:
Centro Vincular - RS, PUCV

Verificación Externa:
CC&SS Assurance de EY, Chile

Diseño:
www.filete.cl

Fotografías:
Archivo Sodimac

SODIMAC®

MATERIALITY MATTERS
Global Reporting Initiative™ AT THE TIME OF PUBLICATION THE G4-17 TO G4-27 DISCLOSURES WERE CORRECTLY LOCATED IN THIS G4 CONTENT INDEX AND FINAL REPORT. 2014

Código de indicadores

G4	Metodología Global Reporting Initiative (GRI)
1-58	Contenidos Básicos
EC	Desempeño Económico
EN	Desempeño Ambiental
LA	Desempeño Prácticas Laborales y Ética en el Trabajo
HR	Desempeño de Derechos Humanos
SO	Desempeño de Sociedad
PR	Desempeño de la Responsabilidad Sobre Productos
PG	Principios Pacto Global
ISO	ISO 26000 de Responsabilidad Social

Indice

Mensaje Gerente General Sodimac Chile 5

Perfil de Sodimac 8
- Visión, Misión y Valores 9
- Historia 10
- Modelo de Negocio 17
- Desempeño Económico 20

Crecimiento Responsable 23
- Hitos 24
- Política de Sostenibilidad 27
- Plan Estratégico 30
- Materialidad y Diálogo 32

Gobierno Corporativo y Ética Empresarial 40

Nuestros Trabajadores 53

Nuestros Proveedores 77

Nuestros Clientes 87

Compromiso con el Medioambiente 101

Compromiso con la Comunidad 115

Informe de verificación externa 123

Glosario 124

Indicadores GRI 129

Contacto y Retroalimentación 137

Mensaje Gerente General Sodimac Chile

Con agrado, ponemos a disposición de ustedes el séptimo Reporte Anual de Sostenibilidad de Sodimac Chile, que da cuenta transparentemente de nuestros avances y brechas, de acuerdo a los compromisos que hemos asumido en seis dimensiones: relaciones laborales, medioambiente, gobierno corporativo y ética empresarial, compromiso con la comunidad, comercio y marketing responsable y aprovisionamiento responsable.

Este informe fue elaborado de acuerdo a la metodología del Global Reporting Initiative en su más reciente versión G4, lo que significó realizar un proceso de materialidad en la compañía. Aprovecho esta carta para reiterar, además, nuestro compromiso irrestricto con los principios del Pacto Global de Naciones Unidas, las directrices de OCDE para empresas multinacionales, los principios rectores de Derechos Humanos para empresas y con los lineamientos de la ISO 26000, que guían nuestro actuar en el camino para seguir construyendo una empresa que busca crecer de manera responsable y sostenible con su entorno.

Para abordar las brechas detectadas, durante el período realizamos un trabajo con cada una de las gerencias de la compañía, de modo de poner foco en los programas más relevantes, identificando los indicadores para su seguimiento.

"Este informe fue elaborado de acuerdo a la metodología del Global Reporting Initiative en su más reciente versión G4, lo que significó realizar un proceso de materialidad en la compañía".

Eduardo Mizón,
Gerente General Sodimac Chile.

Durante 2013, realizamos un plan de inversiones de US$ 78 millones, que incluyó la apertura de tiendas en dos nuevas ciudades, Ovalle y Santa Cruz, que nos permitieron ampliar nuestra presencia geográfica. Adicionalmente, se remodeló el local de Osorno y se reemplazó la tienda existente en Castro por un Homecenter Sodimac, inversión largamente anhelada para poder atender mejor los requerimientos de la comunidad de Chiloé y brindar un buen espacio de trabajo a nuestros colaboradores. Lo anterior estuvo acompañado de un esfuerzo de mejoramiento continuo en los procesos de operación y logística, a lo que se sumó la implementación y desarrollo de nuevas tecnologías y canales de venta a distancia.

Entre nuestras prioridades estratégicas, durante el año seguimos monitoreando el cumplimiento de los objetivos y metas de sostenibilidad. Para abordar las brechas detectadas en estas materias, durante el período realizamos un trabajo con cada una de las gerencias de la compañía, de modo de poner foco en los programas más relevantes, identificando los indicadores para su seguimiento.

En ese marco, cabe destacar los avances en el pilar estratégico medioambiente. Con el objetivo de contribuir a mitigar el impacto de nuestras emisiones de gases contaminantes, en el período concluimos nuestro proyecto de forestación urbana iniciado en 2011, que significó plantar 16.000 árboles en el Parque Metropolitano de Santiago (PMS), con un sistema de riego y cuidados que permitieron una tasa de prendimiento de 80%. Agradecemos a Fundación Chile, los profesionales ECO Soluciones y el PMS por su apoyo en el desarrollo de este proyecto.

En paralelo, pusimos en marcha la primera Red Nacional de Puntos Limpios en tiendas Sodimac, lo que significó sumar 13 nuevos centros de reciclaje, con lo cual se alcanzó un total de 15 de Arica a Chiloé, abiertos a todas las personas. Este esfuerzo se ubica dentro del contexto de acercarnos a la meta "cero residuos", habilitando un espacio no sólo para que los hogares minimicen sus desechos, sino que también se busca colaborar con la reducción del impacto que genera la operación de las tiendas sobre el medioambiente, reduciendo, reutilizando y reciclando nuestros propios residuos.

Pusimos en marcha la primera Red Nacional de Puntos Limpios en tiendas Sodimac, lo que significó sumar 13 nuevos centros de reciclaje, con lo cual se alcanzó un total de 15 de Arica a Chiloé, abiertos a todas las personas.

Conscientes de la necesidad de seguir avanzando en un aprovisionamiento responsable y en el traspaso de conocimientos y buenas prácticas, en 2013 Sodimac se convirtió en uno de los nuevos miembros de Sedex, una organización internacional sin fines de lucro que busca impulsar mejorías en las prácticas empresariales en aspectos relativos a la ética y la responsabilidad de sus cadenas de suministro, siendo la mayor plataforma global en colaboración para compartir y mejorar prácticas dentro de una cadena de valor.

Adicionalmente, desarrollamos el primer programa en Latinoamérica de formación en innovación para empresas proveedoras. Este curso teórico-práctico se dictará dos veces al año y forma parte de las iniciativas del Centro de Innovación que Sodimac inauguró a fines de 2012. El objetivo es entregarles las herramientas necesarias para que puedan conocer mejor a sus clientes y, en base a eso, desarrollar soluciones innovadoras enfocadas en sus necesidades, abarcando desde mejoras disruptivas hasta la creación de soluciones inexistentes en el mercado.

En el área de gobierno corporativo y ética empresarial, mantuvimos nuestro esfuerzo de formación, con 3.317 trabajadores capacitados en el Programa de Probidad Corporativa. Como parte de este esfuerzo, actualizamos nuestra guía EticAcción, documento central que resume nuestros valores y da a conocer la estructura ética para la gestión diaria de la compañía.

Si bien buscamos ofrecer un espacio de desarrollo laboral, de relaciones transparentes, de respeto a la libertad sindical y donde el diálogo es un mecanismo esencial de relacionamiento, no hemos estado al margen de conflictos. En 2013 se desarrolló un proceso de negociación colectiva con el Sindicato Nacional de Trabajadores de Bodegas y Centros de Distribución de Sodimac (Sintrabos), que agrupa a alrededor del 4,4% de la dotación total, en el que no se pudo llegar a acuerdo y, en consecuencia, se votó la huelga legal. Dicho movimiento finalizó el viernes 13 de septiembre, cuando los trabajadores aceptaron una nueva oferta de la empresa, deponiendo la paralización. Esta es la segunda huelga que hemos vivido en dos años, lo que nos obliga a redoblar los esfuerzos para ver qué podemos hacer mejor y cómo en conjunto con nuestros sindicatos y trabajadores podemos transformar a Sodimac en el mejor lugar para trabajar del retail, donde nuestros colaboradores puedan encontrar un espacio de desarrollo en el que sean capaces de compatibilizar cada vez más su vida personal y laboral.

Reconocemos también nuestra responsabilidad con la seguridad. Por ello nuestra empresa avanzó en certificar en 2013 la seguridad de su cadena de abastecimiento y la de sus tiendas.

Reconocemos también nuestra responsabilidad con la seguridad. Por ello nuestra empresa avanzó en certificar en 2013 la seguridad de su cadena de abastecimiento y la de sus tiendas. Es un orgullo haber alcanzado estos niveles de desarrollo preventivo, ya que ratifican nuestro compromiso con el cuidado permanente de nuestros trabajadores y con la mantención de tiendas, para que cada vez sean lugares más seguros, para nuestros clientes, colaboradores y proveedores. Esto lo basamos en dos ejes fundamentales: el liderazgo visible en seguridad y el auto cuidado.

En 2014, la empresa iniciará obras de ampliación de sus centros de distribución y continuará con el plan de expansión, con la apertura de una nueva tienda Homy en Santiago y la construcción de dos Homecenter Sodimac en regiones. Este será un año decisivo en que deberemos avanzar en la reducción de nuestras brechas y en el cumplimiento de nuestras metas de sostenibilidad al 2015.

Valoramos todas las observaciones y sugerencias que ustedes nos puedan hacer, tanto para mejorar nuestro reporte como para seguir avanzando en el camino de crecimiento responsable y sostenible en el que Sodimac está comprometido.

Eduardo Mizón Friedemann
GERENTE GENERAL
SODIMAC CHILE

Perfil de Sodimac

Nuestra Visión

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

Nuestra Misión

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

Nuestros Valores

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

Responsabilidad

- Cuidado y desarrollo de nuestra gente.
- Responsabilidad social.

Excelencia

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

Respeto

- Diversidad.
- Trabajo en equipo.

Integridad

- Honestidad.
- Transparencia.

Historia de Sodimac

En seis décadas, Sodimac se ha convertido en la principal empresa de mejoramiento del hogar en Chile, procurando dar respuesta a las necesidades de los maestros especialistas, familias chilenas y clientes del mundo corporativo, con un modelo que se internacionalizó, llegando a Colombia, Perú, Argentina y, desde 2013, Brasil y, luego, el mercado uruguayo.

Estas seis décadas han estado marcadas por una serie de hitos:

1952 Nace Sodimac en Chile, como cooperativa abastecedora de empresas de la construcción.

1982 Empresas Dersa compra los activos operacionales de Cooperativa Sodimac y forma la Sociedad Sodimac.

1988 La empresa introduce el formato de venta al detalle Homecenter para satisfacer, en un solo punto de venta, las necesidades de mejoramiento del hogar.

1992 Se crea el formato Sodimac Constructor, dirigido a contratistas, maestros especialistas y pequeñas empresas constructoras.

1994 Con la apertura de un primer Homecenter en Colombia, Sodimac da inicio a su internacionalización.

2003 Sodimac S.A. se integra como filial del Grupo SACI Falabella.

2004 Se profundiza la internacionalización de Sodimac con la apertura de las primeras tiendas en Perú.

2007 La empresa complementa su oferta a especialistas con la compra del 60% de la cadena Imperial, enfocada en dicho mercado.

2008 Sodimac inaugura su primer Homecenter en Argentina.

2009

Se lanza Homy, un nuevo formato que busca masificar el diseño y la decoración.

2010

Sodimac Chile es la primera firma de retail en América Latina en lograr la máxima calificación internacional en reportes de sostenibilidad: Nivel A+ GRI Checked, con verificación externa.

Sodimac es una de las primeras empresas de la región en adherir y comenzar a implementar los lineamientos de la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.

2011

La empresa inicia la medición de su huella de carbono, incorporando en ella los impactos de clientes y proveedores.

2012

Sodimac lanza en Chile su Centro de Innovación, iniciativa que busca sistematizar la innovación con los actuales proveedores para encontrar negocios diferenciadores bajo el concepto de la co-creación.

2013

Sodimac da un importante impulso a su internacionalización e ingresa a Brasil con la adquisición de la cadena Dicico, que opera 58 tiendas en Sao Paulo.

La empresa anuncia su ingreso a Uruguay, que se materializará en 2014.

Sodimac se integra a Sedex, una organización sin fines de lucro cuyo objetivo es posibilitar mejoras en las prácticas comerciales responsables y éticas de las cadenas de suministro en el mundo.

Se logra un importante avance en marcas propias; la línea Bauker recibe el premio “Marca del Año” otorgado por la Achap y su campaña obtiene el León de Plata en el Festival Internacional de Publicidad de Cannes.

Se pone en marcha la primera Red Nacional de Puntos Limpios, con 15 puntos ubicados en tiendas a lo largo del país. La compañía finaliza su gran proyecto de forestación urbana, que significó plantar 16.000 árboles en el Parque Metropolitano de Santiago.

La empresa recibe el Premio “Líderes en Cambio Climático”, categoría Plata, de Fundación Chile y revista Capital.

El Centro de Innovación inaugurado en 2012 en Chile toma alcance regional y se transforma en el Centro de Innovación con Proveedores (CIP), una iniciativa que abarca a todas las empresas relacionadas en Latinoamérica y que permitirá articular y potenciar el trabajo para sistematizar la diferenciación de la oferta junto a los proveedores, los clientes y la red de valor. Se conforma además el Comité de Innovación Estratégico.

1952 nace Sodimac en Chile,
como cooperativa abastecedora
de empresas de la construcción.

Propiedad

Sodimac es parte del grupo SACI Falabella, uno de los principales conglomerados de retail de América Latina, que está presente en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú, y próximo a ingresar a Uruguay con la construcción de las primeras tiendas en ese país.

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

Home Trading S.A.

99,9999986%

17.758.157.950 acciones

Inversiones Parmin SpA

0,0000014%

252 acciones

Total de acciones:

17.758.158.202

(Cifras al 31 de diciembre 2013)

Fuente: Sodimac.

Sodimac en América Latina

En 2013, Sodimac siguió su consolidación como cadena líder de Latinoamérica en comercialización de materiales de construcción y productos para el mejoramiento del hogar. El año cerró con un total de 201 tiendas y una superficie de ventas de 1.369.699 m² en los cinco países donde está presente (Chile, Colombia, Perú, Argentina y Brasil).

La expansión internacional comenzó en 1994 cuando, en asociación con el grupo Corona, Sodimac ingresó al mercado colombiano, proceso que profundizó con el inicio de operaciones en Perú en 2004 y la apertura en Argentina en 2008. En 2013 se dio un nuevo impulso a esta internacionalización con la adquisición de la cadena Dicico en Brasil y la compra de terrenos para la construcción de dos tiendas en Uruguay, que se iniciará en 2014.

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

COLOMBIA	2011	2012	2013
Puntos de venta	23	29	32
Trabajadores	5.199	5.834	7.029
Superficie de venta (m²)	236.200	295.616	318.486

PERÚ	2011	2012	2013
Puntos de venta	17	18	24
Trabajadores	3.999	3.988	5.876
Superficie de venta (m²)	131.567	136.922	179.779

ARGENTINA	2011	2012	2013
Puntos de venta	6	7	7
Trabajadores	1.196	1.106	1.377
Superficie de venta (m²)	65.185	74.785	74.785

BRASIL	2011	2012	2013
Puntos de venta	-	-	57
Trabajadores	-	-	3.317
Superficie de venta (m²)	-	-	120.905

*Las cifras de Brasil se presentan desde 2013, año de adquisición de la cadena paulista Dicico, que marca el ingreso de Sodimac a ese mercado.
Fuente: Sodimac.

Desde 2013, se realiza en todos los países la medición de un Índex de Sostenibilidad que es un indicador anual que permite evaluar a la empresa en su gestión en sostenibilidad bajo el marco de la ISO 26000, los principios de Pacto Global, protocolos del GRI y las directrices de OCDE para empresas multinacionales en los ámbitos de gobernanza, ambiental y social. En esta medición alcanzamos un 59% ponderado, lo que nos permite identificar una serie de oportunidades de mejora para seguir cerrando brechas en diferentes ámbitos en los países que Sodimac abarca.

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

Por tanto, Sodimac busca lograr un ambiente laboral grato, que potencie las capacidades y el desarrollo de las personas, lo que se vio reflejado en los lugares destacados que la empresa logró en 2013 en los ranking Great Place to Work (GPTW) de Argentina, Perú y Colombia (4º, 6º y 8º, respectivamente).

En toda la región, además, la empresa se está esforzando por medir y mitigar el impacto de sus operaciones. A los reportes desarrollados por Sodimac Chile, desde 2013 se sumó el primer Balance Social y Ambiental de Sodimac Colombia, que incorpora todas sus actividades enfocadas en la sostenibilidad durante el ejercicio.

Desarrollo operativo de Sodimac Chile

Sodimac tiene 69 tiendas distribuidas en 35 ciudades a lo largo de Chile.

	2011	2012	2013 (*)
Puntos de venta	60	67	69
Trabajadores	17.224	20.400	19.460
Superficie de venta (m²)	529.314	582.387	609.363

Fuente: Sodimac.
(*)Considera 68 tiendas + 1 tienda como Venta a Empresas. Se excluyen las cifras de la filial Imperial.

Adherimos a ISO 26000, principios de Pacto Global y directrices de OCDE para empresas multinacionales.

Modelo de Negocios

Para desarrollar su actividad, la empresa ha implementado una estrategia de segmentación de mercado, basada en diferentes formatos de venta y servicios complementarios ofrecidos a los clientes:

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

Para más información de Imperial revisar Memoria Anual Financiera de Sodimac Chile.

Investigación y desarrollo

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

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

Factores de riesgo del negocio

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

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

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

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

Política de compras

Sodimac considera a su base de proveedores de más de 3.000 compañías de variados rubros y tamaños como una prolongación de su negocio y de su organización. Ejecutivos de la empresa recorren permanentemente diversos mercados buscando los mejores productos y proveedores. Esta estrategia va más allá de la variable precio, incluyendo factores como continuidad del fabricante, su mejoramiento continuo, calidad y seguridad de sus productos y su responsabilidad social, apuntando a un encadenamiento estratégico que se vincula en el aprovisionamiento sustentable.

Con sus proveedores, la compañía procura articular relaciones que favorezcan una coordinación, complementariedad de capacidades, innovación, producción asegurada y sensibilidad para atender las necesidades de los clientes. Se aplica la misma política en Chile, de donde proviene el 80% de las compras.

Marcas propias

Un porcentaje importante de los productos de una tienda de mejoramiento de hogar y/o cadena minorista está compuesto por marcas propias. Es el caso de Sodimac, donde el desarrollo de dichas marcas es fundamental para entregar una completa oferta de productos a sus clientes, con una variedad de precios.

En 2013, Sodimac siguió potenciando sus marcas propias, buscando mantener un portafolio de la mejor calidad, presentación y empaque para brindar un mayor valor agregado a clientes y profesionales. En el portafolio de marcas propias de la empresa, sobresalen las marcas Kölor, Topex, Home Collection, Bauker, D'acqua, Daiku, Fixser, Kaztelo, Holztek, Redline y Autostyle, entre otras.

Logística y distribución

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

Desempeño económico

Durante 2013, Sodimac reforzó su liderazgo como la principal empresa de la industria en Chile, con una participación de mercado global que alcanza a 26,8%. En el período, los ingresos ascendieron a $1.731.803 millones, lo que representó un crecimiento de 8,8% en relación con el ejercicio anterior, por una mayor actividad en los diferentes segmentos de mercado.

En la actualidad, la compañía cuenta con una red de distribución de alcance nacional, compuesta por 69 puntos de venta, más 14 locales de la filial Imperial S.A., sumando en 2013, 609.363 m² de superficie de ventas en locales Sodimac y 66.381 m² en tiendas Imperial.

Durante el período se continuaron desarrollando múltiples iniciativas de mejoramiento continuo, que se tradujeron en aumentos de productividad, menores tiempos de procesamiento en los centros de distribución y, por ende, una mayor disponibilidad de los productos en tiendas. También se puso en marcha un nuevo sistema de gestión de lealtad de clientes, con positivos resultados en los pilotos implementados en los locales.

A nivel comercial, el esfuerzo para fortalecer y potenciar las marcas propias se reflejó no sólo en un crecimiento en las ventas de estos productos, sino que también en reconocimientos como el premio “Marca del Año” otorgado por la Achap a la línea Bauker, cuya campaña fue premiada además con un León de Plata en el Festival Internacional de Publicidad de Cannes.

Desempeño Económico (M$)	2013	2012	2011
Ingresos de explotación	1.731.803.570	1.591.852.055	1.393.722.623
Costos de explotación	1.219.403.306	1.133.748.192	992.215.111
Margen de explotación	512.400.263	458.103.863	401.507.512
Pago de dividendos	37.521.213	57.039.204	65.900.527
Utilidad del ejercicio	86.933.127	84.640.346	85.828.764

Fuente: Sodimac.

Valor Económico Generado y Distribuido 2013

Cifras en M$

Fuente: Sodimac.

Valor económico generado y distribuido

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

Proveedores: Costos operacionales

Los costos generados en el desarrollo de las operaciones de la empresa en 2013 ascendieron a MM$1.450.196, cifra 10% mayor al ejercicio 2012, que alcanzó a MM$1.316.199. Esto incluye costo de explotación y los gastos por administración y ventas.

Trabajadores: Remuneraciones y beneficios

Durante 2013 los gastos en remuneraciones y beneficios ascendieron a M$187.556.741, cifra mayor a la registrada en el período anterior, que fue de M$167.680.478, producto del incremento de dotación general.

Bancos, financieras y accionistas: Pagos a proveedores de capital

La empresa pagó por concepto de proveedores de capital M$85.263.247, cifra mayor al ejercicio 2012, que alcanzó M$66.741.474. Éstos se distribuyeron en pagos a los accionistas propietarios de la empresa y gastos financieros incurridos durante el año 2013.

Gobierno: Pagos e impuestos

Durante 2013, los pagos al Estado por las operaciones de Sodimac llegaron a un total de M$20.717.551 por concepto de impuestos sobre la ganancia, cifra mayor al ejercicio 2012, cuando fue de M$19.005.105

Comunidad: Aportes e inversiones

Las inversiones realizadas por Sodimac en diferentes proyectos durante 2013 y que impactaron positivamente en la comunidad, ascendieron a M$1.216.496. Éstos se invirtieron en diferentes programas como: Programa Buen Vecino, Becas CES, Techo para Chile y Fundación Nuestros Hijos.

Asistencias financieras recibidas por el gobierno

Durante el año 2013 Sodimac utilizó M$1.248.585 de franquicia SENCE para beneficiar y apoyar a sus trabajadores en ámbitos de formación y capacitación.

Asistencia Financiera del Gobierno (M$)	2013	2012	2011
Donaciones			
Franquicia Tributaria	151.496	121.129	89.767
Activo fijo			
Uso franquicia (tope UTM 650)	20.386	23.103	19.510
Crédito SENCE			
Certificado SENCE	1.248.585	1.097.198	926.698
Total	**1.420.467**	**1.241.430**	**1.035.975**

Fuente: Sodimac.

Crecimiento Responsable

Hitos de Sostenibilidad 2013

Ética Empresarial

- Sodimac actualizó su Código de Ética (EticAcción), declarando su adhesión y respeto a las normas internacionales, especialmente en lo que se refiere a los derechos humanos.

Relaciones Laborales

- Como parte de su compromiso por mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, Sodimac impulsó los programas +Tú, Menos Tabaco; + Vivienda; + Cultura; + Deporte; Alimentación Saludable y Endeudamiento Responsable.

Aprovisionamiento Responsable

- Sodimac Chile se convirtió en uno de los nuevos miembros de Sedex, una organización internacional sin fines de lucro que busca impulsar mejoras en las prácticas empresariales en aspectos relativos a la ética y la responsabilidad en sus cadenas de suministro, siendo la mayor plataforma global en estas prácticas.
- La compañía desarrolló el primer programa en Latinoamérica de formación en innovación para empresas proveedoras. Este curso teórico-práctico forma parte de las iniciativas del Primer Centro de Innovación en Retail con Proveedores.

Medioambiente

- La empresa puso en marcha la primera Red Nacional de Puntos Limpios en tiendas Sodimac, lo que significó sumar 13 nuevos centros de reciclaje en Chile, con lo cual se alcanzó un total de 15 de Arica a Chiloé.
- Con el objetivo de contribuir a mitigar su impacto sobre el medioambiente, Sodimac concluyó su proyecto de forestación urbana que significó la plantación de 16 mil árboles en el Parque Metropolitano de Santiago.

Comercio y Marketing Responsable

- Se realizó la primera Gran Feria de Capacitación para maestros especialistas de Sodimac, en forma gratuita, en la que participaron más de 10 mil personas en diferentes disciplinas del rubro.

Comunidad

- La empresa siguió desarrollando el programa Buen Vecino, el cual a lo largo de 7 años ha apoyado a 365 proyectos, con la participación de 8.449 trabajadores voluntarios, beneficiando a más de 220 mil personas de la comunidad.

Premios y Reconocimientos

AÑO	PREMIO O RECONOCIMIENTO	MOTIVO O CATEGORÍA	ENTIDAD QUE LO OTORGA
2013	Premio Gerdau Aza	Gestión Ambiental (Huella de Carbono)	Gerdau Aza
2013	Effie de Oro	Relanzamiento Bauker	Effie Awards Chile
2013	Effie de Oro	Gran Feria de Capacitación para Maestros Especialistas	Effie Awards Chile
2013	Sello Más Por Chile	Proyecto con Junto al Barrio (ONG)	Ministerio de Desarrollo Social
2013	1° lugar Premio Recycla	Categoría Zero Waste	Recycla
2013	7° lugar Estudio Chile 3D, Marcas y Estilo de Vida	Categoría Excelencia	La Tercera / Collect GKF
2013	7° lugar Ranking Reputa-ción Corporativa	Categoría Oro	La Tercera / Hill&Knowlton Captiva
2013	9° lugar Ranking Empresas Socialmente Responsables	Categoría Plata	Fundación PROhumana
2013	10° lugar Monitor Empresarial de Reputación Corporativa	100 empresas con mejor reputación	MERCO
2013	14° lugar Reputación Marca	Empresas Más Valiosas de Latinoamérica	BrandZ / Millward Brown
2013	Premio Líderes de Cambio Climático (en los Top Ten)	Categoría Plata	Fundación Chile y Revista Capital
2013	Premio Pacto Global	Medioambiente	Pacto Global de Naciones Unidas
2013	Premio Marca del Año	Productos Línea Bauker	Achap
2013	5° lugar Ranking BAV (Brand Asset Valuator)	Valor de marca (Sodimac)	BAV/agencia LAB
2013	León de Plata	Campaña Bauker	Festival de Publicidad de Cannes

Política de Sostenibilidad

Sodimac lleva a cabo su Política de Sostenibilidad según las orientaciones de la norma ISO 26000, los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y la iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI). La empresa busca lograr un desarrollo sostenible, gestionando transversal y sistemáticamente las dimensiones económica, social y medioambiental.

Relaciones Laborales

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

Medioambiente

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

Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

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

Compromiso con la Comunidad

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

Comercio y Marketing Responsable

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

Aprovisionamiento Responsable

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

Estructura de Sostenibilidad

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

COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD DE SODIMAC

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

INTEGRANTES

Gerente General
Gerencia de Operaciones
Gerencia Comercial
Gerencia de Marketing
Gerencia de Personas
Gerencia Sistemas
Gerencia Logística
Gerencia de Administración, Finanzas y Prevención
Gerencia de Planificación Estratégica
Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad

GERENCIA DE ASUNTOS LEGALES Y SOSTENIBILIDAD

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

FUNCIONES

Gerente de Asuntos Legales y Sostenibilidad

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

Jefe de Sostenibilidad

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

Plan Estratégico Sodimac

En el marco de un proceso de mejoramiento continuo, Sodimac se ha fijado una serie de objetivos y metas, que forman parte de su planificación estratégica, en cuya definición participaron activamente sus distintos estamentos.

Lineamientos estratégicos de Sodimac a 2015:

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

Metas de sostenibilidad a 2015

Sodimac mantuvo el seguimiento de sus objetivos y metas de sostenibilidad a 2015. Para abordar las brechas detectadas en estas materias, durante el período se siguió realizando un trabajo con cada una de las gerencias de la compañía.

Además en 2013 se realizó en Sodimac Chile la medición de un Índex de Sostenibilidad que es un indicador anual que permite evaluar a la empresa en su gestión en sostenibilidad bajo el marco de la ISO 26000, los principios de Pacto Global, protocolos del GRI y las directrices de OCDE para empresas multinacionales en los ámbitos de gobernanza, ambiental y social. En esta medición alcanzamos un 67% ponderado, lo que nos permite identificar una serie de oportunidades de mejora para seguir cerrando brechas en diferentes ámbitos de la compañía

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

Materialidad y Diálogo

En la elaboración de nuestro séptimo reporte de sostenibilidad hemos incorporado la nueva versión de **Global Reporting Initiative** (GRI), en su cuarta versión G4, publicada en 2013. Las nuevas directrices G4 ponen un mayor énfasis en el concepto de materialidad, con el objeto de fomentar que las organizaciones proporcionen información e indicadores que sean relevantes para sus negocios, sobre la base del diálogo con sus grupos de interés.

Bajo estos nuevos parámetros, publicamos nuestro Reporte de Sostenibilidad Anual, dando cuenta de la gestión de la compañía en su desempeño económico, social y ambiental durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013 (consulta de reportes anteriores en *www.sodimac.cl*).

Adicionalmente, el reporte nos permite cumplir con la Comunicación de Progreso del Pacto Global de las Naciones Unidas y nuestro compromiso con sus diez principios.

Principios del Pacto Global

Derechos humanos

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

Prácticas laborales

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

Medioambiente

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

Anticorrupción

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

Cobertura del Reporte

En este reporte se expone la gestión de Sodimac Chile, en sus pilares estratégicos de sostenibilidad que son: desempeño económico; gobierno corporativo y ética; comercio responsable; relación con nuestros clientes, trabajadores, proveedores, y compromiso con el medioambiente y la comunidad.

Así mismo, se incluye aquellas entidades declaradas en la Memoria Anual Sodimac 2014, con excepción de Imperial S.A. En este contexto sus resultados financieros no han sufrido cambios relevantes que ameriten la modificación de períodos anteriores.
Este documento no incluye la gestión de Sodimac en las operaciones de sus filiales en Colombia, Perú, Argentina y Brasil; ésta última incorporada a través de la cadena brasileña Dicico.

Respecto de los impactos externos en la comunidad, clientes y proveedores nacionales e internacionales, se describen las prácticas centrales que Sodimac ha venido realizando en los últimos años.

Proceso de Materialidad

¿Cómo definimos la materialidad según G4?

Para este periodo Sodimac ha optado por la opción de conformidad "esencial" con la metodología G4, lo que lleva a reportar 41 indicadores generales y 49 indicadores específicos. Al mismo tiempo realizamos la verificación externa de nuestro reporte con CC&SS Assurance de EY.

Para abordar este proceso, hemos seguido los cuatro pasos fundamentales del GRI-G4, que permiten definir los asuntos relevantes que son: identificación, priorización, validación y revisión.

Identificación

- El análisis de información secundaria se realizó sobre la base de documentos y estudios formales de la compañía. Entre ellos destacan: Código de Ética, Mapeo de Grupos de Interés, Informes de Prensa 2013, Informe Ranking Great Place to Work (GPTW), Informe PROhumana, e Informe de Huella de Carbono, entre otros.
- Para obtener información de contexto en cuanto a prácticas, acciones y programas de sostenibilidad, se realizó un benchmark de la industria del retail, tanto nacional como internacional.

- Se realizaron 35 entrevistas con los principales grupos de interés internos y externos de la compañía para obtener sus percepciones respecto de los impactos y desafíos para la empresa. Estos grupos de interés se obtuvieron a partir del mapeo realizado por Sodimac a fines de 2012 y consideró a representantes del Gobierno Corporativo, trabajadores, clientes, proveedores, representantes de la comunidad y entidades expertas. Los principales temas de mayor impacto se describen en la tabla de Temas y Asuntos Materiales.

Priorización y Validación

- Se realizó un taller de revisión y calificación de los asuntos materiales en el que participó el equipo de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad. El resultado de este taller es el listado final de asuntos materiales divididos en los seis pilares de sostenibilidad de la empresa y calificados de 1 a 5 por influencia en los grupos de interés e impacto en las dimensiones económica, social y ambiental del negocio.
- La validación de la materialidad en Sodimac se realizó a través de un proceso participativo de los ejecutivos que integran el Comité de Sostenibilidad.

Temas Materiales

PILARES SODIMAC		TEMAS O ASUNTOS MATERIALES	GRUPOS INTERNOS	GRUPOS EXTERNOS
Gobierno Corporativo y Ética Empresarial	A	Gestión de Sostenibilidad (A1), Ética, DD.HH, Corrupción (A2), Rendición de Cuenta y Transparencia (A3), Gestión de Riesgo (A4), Diálogo Grupos de Interés (A5), Innovación y Desarrollo (A6), Desempeño Económico (A7).	Gerencia General, Gerencia Planificación Estratégica, Gerencia Contraloría, Gerencia Asuntos Legales y Sostenibilidad.	Generación Empresarial, Acción RSE.
Relaciones Laborales	B	Clima Laboral (B1), Calidad de Vida (B2), Inclusión (B3), Capacitación y Desarrollo (B4), Relaciones Laborales y Diálogo con Sindicatos (B5), Salud y Seguridad (B6), Remuneraciones (B7).	Gerencia Personas (Clima Laboral, Gestión Tiendas y Desarrollo de Personas), Gerencia Adm. Finanzas y Prevención.	Pdte. Sindicato Sodimac.
Marketing y Comercio Responsable	C	Satisfacción del Cliente (C1), Producto y Etiquetado (C2), Comercio Eléctronico (C3), Educación y Consumo Responsable (C4), Canales de Atención y Reclamos (C5).	Gerencia Control de Calidad, Gerencia Operaciones (Clientes), Gerencia Marketing, Gerencia Sistema, Gerencia Venta a Distancia, Gerencia Homy.	Conadecus y Odecu.
Aprovisionamiento Responsable	D	Pago a Proveedores (D1), Innovación y Aprovisionamiento Responsable (D2), Canales de Atención (D3), Ética, DD.HH y Probidad (D4), Sistema Control Sedex (D5), Control de Calidad (D6), Gestión de Proveedores (D7).	Gerencia Comercial, Gerencia Logística, Gerencia Innovación, Gerencia Asuntos Legales y Sostenibilidad (Subcontratación).	FUNDES, Chile Compra, Gerdau Aza, Masisa y Cicloambiente.
Desarrollo de la Comunidad	E	Desarrollo Social (E1), Gestión de la Comunidad (E2), Impacto en la Comunidad Local (E3), Empleabilidad Local (E4), Comercial Local Inclusivo (E5)	Gerencia Asuntos Legales y Sostenibilidad), Gerencia Comercial, Gerencia Personas.	Consultora VEAS (Pulso Comunitario) y Acción RSE.
Medioambiente	F	Huella de Carbono (F1), Eficiencia Energética (F2), Producto Sostenible (F3), Reciclaje de Residuos (F4), Logístia Eficiente (F5).	Gerencia Logística , Gerencia Venta a Distancia, Gerencia Homy.	Chile Green Building Council, Proyectae, Fundación Chile (Energía y Cambio Climático) y Cicloambiente.

Priorización de Asuntos Materiales

- Relaciones Laborales
- Medioambiente
- Gobierno Corporativo y Ética Empresarial
- Compromiso con la Comunidad
- Comercio y Marketing Responsable
- Aprovisionamiento Responsable

Diálogo con grupos de interés

	Canales de Información GENERALES	Canales de Información SELECTIVOS	Canales de PARTICIPACIÓN
Gobierno Corporativo	» Memoria Anual AN » Sitio Web DI » Junta Ordinaria de Accionistas TR » Reporte de Sostenibilidad (GRI) AN	» Informes Gerenciales ME » Informes Directorio ME	» Reuniones con Directorio ME » Reuniones con Gerencia General SE » Jornadas de Reuniones y Videoconferencias DI » Líneas directas de atención: Teléfono y Correo Electrónico DI » Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) AN
Clientes	» Memoria Anual AN » Sitio Web DI » Módulo de Información de Tiendas DI » Reporte de Sostenibilidad (GRI) AN	» Revista Hágalo Usted Mismo ME » Revista Círculo de Especialistas ME » Programa de Televisión » Hágalo Usted Mismo SE » Catálogos promocionales SE » CES para maestros DI	» Red de oficinas comerciales y puntos de venta DI » Buzón de consultas del sitio Web DI » Líneas directas de atención: Fonoasistencia, Cartas de Sernac y Medios de Prensa DI » Encuestas de Satisfacción SE » Callcenter Atención a Clientes DI » Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) AN » Redes Sociales DI
Proveedores	» Memoria Anual AN » Sitio Web DI » Transparencia Comercial Sodimac (TCS) DI » Reporte de Sostenibilidad (GRI) AN	» Información vía correo electrónico DI » Curso de Producción Responsable para Pymes AN	» Reuniones con Gerentes de Línea DI » Líneas directas de atención: Teléfono y Correo Electrónico DI » Encuestas AN » Encuentro Nacional de Proveedores AN » Reuniones periódicas con Gerencia de Control de Calidad DI » Contraloría TCS para Consultas, Reclamos y Quejas DI » Feria de Productos ME » Line Review TR » Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) AN
Trabajadores	» Memoria Anual AN » Sitio Web DI » Intranet DI » Sodimac TV DI » Reporte de Sostenibilidad (GRI) AN	» Intranet DI » Revista TR » Intranet - RRHH en línea DI » Jefe de Recursos Humanos en Tiendas y Centros de Distribución DI » Escuela de Excelencia Sodimac DI	» Revista Nuestra Casa » Buzón de sugerencias DI » Canal de Televisión digital vía Intranet DI » Diálogo Sindical ME » Inducciones y Ferias de Capacitaciones DI ME » Reuniones informativas Diarias y Trimestrales (tiendas y oficinas de Apoyo) DI » Desayunos de los Mejores del Trimestre con gerentes TR » Evaluación de Desempeño con Retroalimentación AN » Cursos Desarrollo de Líderes de Tienda, Desarrollo de Líderes de Caja y Desarrollo de Líderes Gerenciales ME » Reuniones de Confianza AN » Sistema de Contacto de RRHH (teléfono e intranet) DI » Diálogos Comités Paritarios ME » Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) AN
Autoridades	» Memoria Anual AN » Sitio Web DI » Reporte de Sostenibilidad (GRI) AN	» Informes específicos a organismos públicos de interés, tales como SVS, Sernac, FNE entre otros ME	» Reuniones Periódicas y/o Esporádicas DI » Diálogo permanente con los Organismos de Interés DI » Línea directa SVS DI » Línea directa con Sernac DI » Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) AN
Comunidad	» Memoria Anual AN » Sitio Web DI » Reporte de Sostenibilidad (GRI) AN	» Plan Buen Vecino DI » Información vía correo electrónico DI	» Reuniones con Organismos Locales DI » Canal de Comunicación Directa a través de Cartas, Correo Electrónico y Teléfono DI » Retroalimentación con Públicos de Interés (Reporte de Sostenibilidad) AN » Estudio Pulso (previo a apertura de tiendas)

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

Nuestras Alianzas

Sodimac considera relevante generar alianzas, establecer relaciones con diferentes organizaciones gremiales y participar en el desarrollo de políticas públicas. En este sentido, la empresa aporta su experiencia y conocimientos a través de su participación en diversas mesas de trabajo. Así, ha impulsado el acuerdo para el ahorro de energía mediante la Agencia Chilena de Eficiencia Energética, AChEE; suscribió e integra la Red contra el Trabajo Infantil organizada por la OIT, Pacto Global Chile y AcciónRSE; forma parte del Observatorio del Consumo, iniciativa del Sernac que busca articular a diferentes actores sociales en torno a los consumidores; integra el Comité de Sostenibilidad de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS); participa en el Green Building Council y en la Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica.

Ámbito de acción:

Asociaciones gremiales

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

Estas entidades son:

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

Ámbito de acción:

Responsabilidad social y sostenibilidad

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

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

Ámbito de acción:

Gobierno corporativo y ética empresarial

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

- Chile Transparente (*www.chiletransparente.cl*).
- Generación Empresarial (*www.generacionempresarial.cl*).
- Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (*www.conar.cl*).

Ámbito de acción:

Relaciones laborales

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

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

Ámbito de acción:

Medioambiente

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

- Fundación Chile (*www.fundacionchile.cl*).
- Agencia Chilena de Eficiencia Energética, AChEE (*www.acee.cl*).
- Chile Green Building Council (*www.chilegbc.cl*).
- Iniciativa Nacional de Eficiencia Hídrica (*www.ineh.cl*).
- Programa Declaración Ambiental de Productos de la Construcción (DAPCO) (*www.dapco.cl*)

Ámbito de acción:

Comunidad

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

- Techo para Chile (*www.techo.org*).
- Teletón (*www.teleton.cl*).
- Fundación Nuestros Hijos (*www.fnh.cl*).
- Fundación Junto al Barrio (*www.juntoalbarrio.cl*).

Sodimac siguió avanzando en materia de gestión ética e integridad corporativa. Durante 2013 destaca la actualización del Código de Ética (EticAcción) y la capacitación a 3.317 trabajadores en temas de probidad.

Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

Gobierno Corporativo

La estructura de gobierno corporativo de Sodimac está encabezada por un directorio de nueve miembros elegido por la Junta de Accionistas, a cargo de establecer los lineamientos generales que guían la conducción de la empresa, velar por su cumplimiento y responder de cara a los accionistas.

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

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

A su vez, éste lidera un comité ejecutivo corporativo, estructura que permite una dirección del negocio ágil y eficiente en apoyo a la política de internacionalización que desarrolla Sodimac. La misión de este equipo gerencial es lograr en todos los mercados un crecimiento responsable, aplicando las sinergias de una operación a escala internacional, pero respetando siempre la cultura y las especificidades propias de cada país. Tanto Sodimac Chile como su filial Imperial tienen, además, sus respectivos comités ejecutivos, que controlan y gestionan el desarrollo económico, social y medioambiental de la compañía.

Directorio

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

Juan Pablo Del Río Goudie
PRESIDENTE
Arquitecto
Universidad Católica de Chile
Rut: 5.898.685-2

Juan Cuneo Solari
VICEPRESIDENTE
Ingeniero Comercial
Universidad Católica de Chile
Rut: 3.066.418-3

Juan Carlos Cortés Solari
Ingeniero Comercial
Universidad de Nevada, EE.UU
Rut: 7.017.522-3

José Luis Del Río Goudie
Ingeniero Civil Industrial
Universidad Católica de Chile
Rut: 4.773.832-6

Jaime García Rioseco
Economista
Universidad Católica de Chile
Rut: 5.894.661-3

Carlos Heller Solari
Empresario
Rut: 8.717.000-4

Cecilia Karlezi Solari
Empresaria
Rut: 7.005.097-8

Nicolás Majluf Sapag
Ingeniero Civil Industrial
Universidad Católica de Chile
Rut: 4.940.618-5

Carlo Solari Donaggio
Ingeniero Civil Industrial
Universidad Católica de Chile
Rut: 9.585.749-3

Procedimientos y regulaciones del directorio

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

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

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

Cada uno de los directores percibió una dieta mensual de UF 50 líquidas por cada sesión a la que asistió y UF 300 líquidas en el caso del presidente. Esta asignación es informada en la memoria financiera de la empresa, cumpliendo con la normativa legal dispuesta por la Superintendencia de Valores y Seguros. El directorio también supervisa el desempeño y la gestión de la compañía en los diferentes ámbitos por medio de reportes entregados regularmente por el gerente general y los máximos ejecutivos en cada sesión del organismo.

En su historia, Sodimac se ha caracterizado por ceñirse a estrictos lineamientos éticos y regirse por una gestión responsable. La empresa ha profundizado esta línea de acción con la adopción por parte del directorio y los comités Ejecutivo y Corporativo de Sodimac Chile, del modelo de Sostenibilidad como una herramienta estratégica y transversal. Lo anterior se traduce formalmente en una política de sostenibilidad, que considera prestar atención y responder de manera oportuna a todos los públicos de interés de la empresa. Esta visión de negocios también se ve formalizada con los lineamientos de ISO 26000, las directrices de OCDE para empresas multinacionales, los principios rectores de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, los protocolos del Global Reporting Initiative y la adhesión institucional al Pacto Global de las Naciones Unidas.

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 2013 remuneraciones e incentivos por un total de M$ 13.568.870, mientras que en 2012 esta cifra alcanzó M$13.007.292.

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

Comité Ejecutivo Corporativo

Está integrado por el gerente general corporativo y otros nueve gerentes corporativos que se reúnen semanalmente con la misión de velar por un crecimiento balanceado con buenas prácticas en los seis mercados en los que tiene presencia la empresa, desarrollando sinergias en la operación internacional.

Enrique Gundermann Wylie
GERENTE GENERAL CORPORATIVO
Rut: 9.900.567-K

Nicolás Cerda Moreno
CONTRALOR GENERAL CORPORATIVO
Rut: 5.894.587-0

Octavio Donoso Alarcón
GERENTE DE SISTEMAS CORPORATIVO
Rut: 9.808.402-9

Francisco Errázuriz López
GERENTE DE LOGÍSTICA CORPORATIVO
Rut: 12.032.587-6

Alejandro Hörmann Orezolli
GERENTE DE COMUNICACIONES CORPORATIVO
Rut: 8.596.614-6

Eduardo Isaacson Plaza
GERENTE DE PROYECTOS CORPORATIVO
Rut: 21.448.467-6

Daniel Lazo Varas
GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS CORPORATIVO
Rut: 7.018.340-4

Alejandro Natho Gamboa
GERENTE DE OPERACIONES CORPORATIVO
Rut: 7.528.609-0

Sebastián Simonetti Vicuña
GERENTE DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO CORPORATIVO
Rut: 13.442.409-5

Francisco Torres Larraín
GERENTE COMERCIAL Y DE MARKETING CORPORATIVO
Rut: 7.006.016-7

Comité Ejecutivo de Sodimac Chile

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

Eduardo Mizón Friedemann
GERENTE GENERAL
Ingeniero civil industrial
Rut: 9.586.083-4

Sergio Brito Peñaloza
GERENTE DE SISTEMAS
Ingeniero Civil
Rut: 11.626.284-3

Claudia Castro Hruska
GERENTE DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
Ingeniero Comercial
Rut: 9.122.599-9

Juan Carlos Corvalán Reyes
GERENTE DE ASUNTOS LEGALES Y SOSTENIBILIDAD
Abogado
Rut: 8.662.785-K

Sergio Dittborn Barros
GERENTE DE PERSONAS
Ingeniero Civil industrial
Rut: 5.892.111-4

Osvaldo García Dans
GERENTE DE OPERACIONES
Abogado
Rut: 14.711.089-8

María Teresa Herrera Azócar
GERENTE DE MARKETING
Publicista
Rut: 8.002.863-6

Felipe Pesce Suárez
GERENTE DE ABASTECIMIENTO Y LOGÍSTICA
Ingeniero Civil en Transporte
Rut: 7.211.322-5

Danny Szántó Narea
GERENTE COMERCIAL
Ingeniero Civil industrial
Rut: 7.979.722-7

Fernando Valenzuela del Río
GERENTE DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y PREVENCIÓN
Ingeniero Comercial
Rut: 9.571.294-0

Ética y transparencia

Sodimac da especial importancia al cumplimiento de los derechos civiles y laborales de las personas, y procura actuar y desarrollar su negocio de acuerdo a parámetros éticos estrictos. La empresa estima que la sostenibilidad de sus actividades pasa por instalar y fortalecer los mecanismos que salvaguarden el respeto de los derechos humanos en toda su expresión, de los valores y los principios éticos, y el rechazo a las prácticas de corrupción.

La compañía adhiere y participa en iniciativas nacionales e internacionales que promueven, estandarizan y fomentan los principios y valores de la sostenibilidad: ISO 26000, las directrices de OCDE para empresas multinacionales, los principios rectores de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, los protocolos del Global Reporting Initiative y los principios de Pacto Global de las Naciones Unidas. Para lograr la promoción de estos principios entre sus trabajadores, proveedores y clientes, Sodimac participa en organizaciones como Acción RSE, PROhumana, Generación Empresarial, entre otras, las que apoyan y orientan para construir buenas prácticas y conductas a lo largo de su cadena de valor.

En materia de gestión ética e integridad corporativa, en 2013 se operó bajo el Sistema de Gestión Ética lanzado en 2010, que contempla un mecanismo con representación y estructura formal en los distintos niveles de la empresa, incluido el directorio.

Normativa ética en Sodimac

Código de Ética

Sodimac se rige por los parámetros de su Código de Ética, sintetizado y explicado de manera simple en la guía práctica denominada EticAcción, que se actualizó este año para profundizar ciertos temas que fueron considerados como críticos por el comité de ética de la compañía. En este documento se consagran claramente los derechos que amparan a cada uno de los miembros de la compañía y las obligaciones que deben observar, independientemente de la función que cumplan en la empresa. Este código es entregado a cada trabajador por su jefe directo, para su lectura y posterior firma, la que acredita que está en conocimiento de las normas éticas de la organización y se compromete a su total cumplimiento.

Reglamento de Orden, Higiene y Seguridad

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

En este contexto, se cuenta con un mecanismo interno claro y objetivo -cuyos detalles se encuentran disponibles en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad- para canalizar las denuncias e investigación de presuntos casos de acoso sexual. Cabe destacar que en 2013, se recibieron 12 denuncias internas en tal sentido, las cuales terminaron absueltas. Es importante destacar que todas las causas son informadas y los antecedentes analizados son entregados por la Comisión Investigadora a la Inspección del Trabajo.

Transparencia Comercial Sodimac - proveedores

Sodimac ha definido que sus relaciones comerciales con los proveedores deben desarrollarse en un marco de ética y transparencia. Para este fin, se elaboró un documento público denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS), que norma estos principios y puntualiza que la Contraloría de Sodimac es la entidad interna a cargo de garantizar el cumplimiento de este esquema normativo. En 2013, dicha gerencia recibió 6 casos de proveedores, los cuales fueron acogidos, analizados y resueltos.

Programa de Probidad Corporativa Sodimac

Sodimac tiene en marcha un Programa de Probidad Corporativa, cuyo objetivo ha sido identificar, prevenir y abordar eventuales casos que puedan dañar la seguridad, imagen y sostenibilidad de la empresa, y la confianza que en ella depositan trabajadores, clientes, inversionistas, proveedores y la comunidad en general.

Durante 2013, el Sistema de Gestión Ética de Sodimac, lanzado en diciembre de 2010, siguió consolidándose, otorgando un mecanismo que asegura formalmente una adecuada investigación de cada hecho denunciado, su registro y la información de sus resultados, con representación y estructura formal en los distintos niveles de la compañía, incluyendo al directorio. Este sistema, además de prevenir fraudes, conflictos de intereses y abusos de poder, entre otras conductas, también incorpora los elementos del sistema voluntario propuesto por la Ley 20.393 para evitar la responsabilidad penal de las personas jurídicas en caso de delitos (soborno nacional e internacional, lavado de dinero y financiamiento del terrorismo).

Además, los trabajadores disponen de una plataforma web de Transparencia Corporativa, habilitada para recoger denuncias y consultas garantizando la confidencialidad del emisor, la investigación y una adecuada solución. En 2013 esta herramienta recibió 207 denuncias y 63 consultas. El 52,6% de los casos se registró de forma anónima y el 47,4% con reserva de la identidad. Estas denuncias correspondieron a acoso laboral, situaciones de conflicto de interés, acoso sexual y actitudes no éticas, entre otras. El 83% de los casos registrados en la plataforma fue analizado y cerrado, y el 17% de éstos se encuentra en investigación.

Asimismo, en 2013 Sodimac capacitó a un 17% de sus trabajadores (es decir, a 3.317 personas) en temas de probidad (de manera presencial y e-learning), alcanzando un total de 16.078 horas. Los diferentes cursos ayudan a conocer el sistema de gestión, su estructura, la guía EticAcción y el apoyo ético con que cuentan los trabajadores a través de los consejeros de integridad.

Canales de Escucha

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

Estructura

- **Comité de Integridad:** formado por un equipo de representantes del directorio, la plana ejecutiva y el coordinador general de integridad. Éstos revisan semestralmente los reportes de integridad elaborados por el comité.
- **Coordinador general de integridad:** el cargo recae en el contralor general de Sodimac, quien lidera la estructura de apoyo a la integridad. Entre sus funciones está la de recibir las denuncias enviadas por el consejo intermedio de integridad y, de ser necesario, dar inicio a la investigación de los casos.
- **Consejo Intermedio de Integridad:** lo forman representantes de las gerencias de operaciones y de personas, quienes evalúan las denuncias que ingresen al sistema por cualquiera de los medios existentes y envían al coordinador general los casos que requieran ser investigados.
- **Consejeros de integridad:** son trabajadores de la empresa cuya función es asesorar a sus pares en temas de integridad y canalizar sus inquietudes y denuncias. Este rol lo ejercen las asistentes sociales, quienes fueron capacitadas, y se encuentran bajo obligación de reserva y confidencialidad.

Auditorías y 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 plan de auditoría contempla un número determinado de casos relacionados con riesgos en tiendas, bodegas, filiales y oficinas de apoyo. Durante 2013, se realizaron 1.787 auditorías en estos recintos.

1.787 auditorías

5.316 trabajadores capacitados

Adicionalmente, Sodimac imparte un entrenamiento especial a los trabajadores de áreas expuestas a mayores riesgos de casos de corrupción, entregando pautas, procedimientos y normativas éticas para el desarrollo de sus funciones. En 2013, estas capacitaciones alcanzaron un 28% del total de la dotación de la compañía.

Nº Unidades Auditables	2011	2012	2013
Tiendas	70	77	75
Bodegas	30	35	29
Filiales (*)	3	3	3
Oficinas de Apoyo	135	146	146
Total	**238**	**261**	**253**

Filiales: empresas en sociedad relacionada con Sodimac.

Cursos de entrenamiento	Nº de empleados 2011	Nº de empleados 2012	Nº de empleados 2013
Desarrollo de Líderes de Tienda	-	-	63
Programa de probidad corporativa	10.773	12.393	3.317
Prevención y pérdidas	485	679	890
Personal de seguridad externa (*)	1.211	1.180	1.090
Auditoría interna	17	19	19
Total	**12.486**	**14.344**	**5.316**

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

Medidas de control en tiendas

Durante 2013, la Gerencia de Contraloría continuó aplicando el sistema computacional denominado **"Panel de Control Remoto"**, destinado a detectar tempranamente cualquier desviación relacionada con procedimientos contables y financieros preestablecidos.

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

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

Medidas para enfrentar la corrupción				
Situaciones detectadas	**Medidas adoptadas**	**2011**	**2012**	**2013**
Mermas (robos detectados)	Inventarios generales	84	86	87
	Inventarios selectivos	36	45	54
	Inventarios diarios	26.639	29.239	28.086
	Panel de control	556	900	641
Fallas de procedimientos	Capacitación	-	-	14
Abuso de poder	Despido	-	-	-
Apropiación indebida	Despido	20	7	3
Comportamiento inadecuado	Despido	-	-	-

Fuente: Sodimac.

Sodimac actualizó su **Código de Ética**, declarando su respeto a las normas internacionales y los derechos humanos.

Nuestros Trabajadores

El desarrollo integral y el compromiso por mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores, estuvieron entre los focos del año. Esto se tradujo en un fuerte esfuerzo en materia de capacitación y el impulso a una serie de programas como +Tú, Menos Tabaco; + Vivienda; + Cultura; + Deporte; Alimentación Saludable y Endeudamiento Responsable.

Guantes
Medidas de seguridad

Desarrollo y Formación

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

Escuela de Excelencia Sodimac

Uno de los ejes del esfuerzo de la empresa para potenciar las habilidades y formar profesionales del retail es la Escuela de Excelencia Sodimac. Esta iniciativa forma parte de la Gerencia de Personas y desde su creación, hace 12 años, ha capacitado a más de 160 mil trabajadores, impartiendo más de 4,5 millones de horas de formación.

Sodimac concibe la expansión de la empresa como un esfuerzo conjunto con su público interno, el cual debe estar cohesionado y sensibilizado con la estrategia de negocio para otorgar la mejor experiencia de compra a los clientes.

En este contexto, se imparten diversos cursos desarrollados en su mayoría por el **Organismo Técnico Ejecutor de Capacitación** (OTEC) Traineemac, filial de Sodimac, certificada bajo la norma ISO 9001 y NCH 2778. Entre estos cursos resaltan los de Gestión de Proyectos, Atención a Clientes, Venta de Proyectos, Gestión Comercial en el Piso, Productos, Trabajo en Equipo y Legislación Laboral.

452.448 horas

19.176 trabajadores capacitados

Consecuentemente, durante 2013 se destinaron 452.448 horas a capacitación, beneficiando a 19.176 trabajadores, de los cuales 11.562 son hombres y 7.614 son mujeres.

Horas de capacitación

Capacitación por tipo de cargo 2013	Horas utilizadas	N° de trabajadores	Horas Mujeres	Horas Hombres
Jefe	58.074	1.510	18.143	39.931
Supervisor	14.460	599	8.425	6.035
Administrativo	16.150	809	9.015	7.135
Operativo	351.416	15.663	125.184	226.232
Otros cargos	12.348	595	5.448	6.900
Total	**452.448**	**19.176**	**166.215**	**286.233**

(*) Promedio de horas de capacitación por trabajador.

Formación en Tiendas		
Programas	Número de participantes	Horas liderazgo tiendas
Año	2013	
Diplomado en Habilidades Directivas y Gestión de Retail (Universidad Adolfo Ibáñez)	60	10.950
Diplomado en Gestión de Retail (DuocUC)	43	4.706
Programa de Especialización de Vendedores (AIEP – Universidad Andrés Bello)	243	6.544

Fuente: Sodimac.

Potenciando el talento

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

Evaluación de desempeño

La **Evaluación de Desempeño** es un proceso formal que se realiza una vez al año en toda la empresa, se fundamenta en el principio del mejoramiento continuo y los resultados generan diversos incentivos asociados a la obtención de una nota igual o superior a 5,5, entre los que se pueden resaltar: postulación a concursos internos y obtención de becas de estudio.

98% de los trabajadores fueron evaluados

Durante 2013, el 98% de los trabajadores evaluables, con antigüedad laboral mínima de 6 meses y que no hayan tenido licencia médica superior al mismo tiempo, recibió sus resultados, lo que equivale a 13.655 personas, de los cuales 60% son hombres y 40% mujeres. Además, existe otro proceso de evaluación para la plana ejecutiva del Grupo Falabella denominado Proceso de evaluación 360. En este proceso fueron evaluados 182 ejecutivos de Sodimac el 2013, el 80% corresponde hombres y el 20% mujeres.

Además, durante el año se capacitó en el **Modelo de Gestión y Evaluación por Competencias** a 355 jefaturas de tienda a nivel nacional.

Evaluación de Desempeño			
Año	Trabajadores capacitados	Horas de capacitación	Trabajadores Evaluados
2011	1.313	10.494	11.750
2012	750	3.340	11.869
2013	355	1.775	12.946

Fuente: Sodimac.

Desarrollo de carrera y planes de sucesión

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

31 ascensos

24 Subgerentes

7 Gerentes

Desde 2009, Sodimac cuenta con un **Plan de Sucesión** en todas las tiendas, cuyos resultados son utilizados para efectuar ascensos en cargos de Gerentes y Subgerentes de tienda, y selección de los trabajadores que participan en los diplomados en Habilidades Directivas y Gestión de Retail. Durante 2013 se generaron 31 ascensos (24 Jefes de Departamento a Subgerentes y 7 Subgerentes a Gerentes de tiendas), donde participaron 114 Jefaturas y 25 Subgerentes.

Concursos internos

Las políticas de fomento al desarrollo laboral incluyen la existencia de concursos internos que se generan al producirse una vacante, lo que brinda la oportunidad de que las personas que ya forman parte de la empresa puedan ascender dentro de la organización.

Este procedimiento ha demostrado ser altamente efectivo, ya que el 98% de los ascensos que se produce en las tiendas se ejecuta mediante concursos internos y planes de sucesión. Durante 2013, se efectuaron 957 concursos internos a nivel nacional.

Fuente: Sodimac.

Privilegiando la mano de obra local

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

En este sentido, existe un plan que busca establecer una estrecha relación con las comunidades y sus municipios, programa que en 2013 se tradujo en la presencia de la empresa en 16 ferias laborales a lo largo del país. Además, se han impulsado alianzas con distintas instituciones que ofrecen formación técnica gratuita a jóvenes de escasos recursos para que adquieran conocimientos y experiencias que contribuyan a su futura inserción laboral.

16 ferias laborales

Nuevas Contrataciones						
Año	**2011**		**2012**		**2013**	
Género	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**
Total nuevas contrataciones	3.630	1.653	5.452	3.164	3.251	1.615
Nuevas contrataciones por edad						
Menores de 30	3.090	1.215	4.413	2.150	2.582	1.069
Entre 30 y menos de 50	455	394	875	892	565	485
50 y más	85	44	164	122	104	61
Nuevas contrataciones por Zona						
Región Metropolitana	1.473	702	1.993	1.287	1.154	621
Zona Centro	697	277	815	474	367	150
Zona Norte	828	456	1.100	777	1.039	645
Zona Sur	722	218	1.544	626	691	199
Tasa de nvas. contrataciones	21,1%	9,6%	26,7%	15,5%	16,7%	8,3%
Tasa de Egreso de nvas. contrataciones	10,8%	3,3%	10,2%	3,9%	7,5%	3,2%
Contrataciones en tienda	5.283		8.616		4.866	
Otras contrataciones	1.119		1.043		1.059	
Total de contrataciones	**6.403**		**3.653**		**5.925**	

Nota: Otras contrataciones considera Logística y las oficinas de apoyo.
Fuente: Sodimac.

Calidad de vida

Sodimac impulsa y gestiona múltiples programas que buscan fomentar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, siguiendo una estrategia de trabajo basada en ser facilitadores para que adquieran ciertas herramientas que les permitan incorporar acciones que signifiquen un mayor bienestar.

Orientación Social

En el ámbito de la orientación social, la compañía ha desarrollado una red nacional de 46 asistentes sociales ubicados en todas tiendas que, de forma personalizada y confidencial, guía y orienta al trabajador y su familia. En 2013 se entregaron 147 ayudas económicas a trabajadores afectados por alguna situación particular por un monto de $46 millones.

Programa de alimentación saludable

1.536 trabajadores en charlas

Como parte del programa de alimentación saludable **"+Sano ¡Qué rico es comer así!"**, en 2013 se implementó a nivel nacional el Menú Saludable con el apoyo de los operadores de casinos en cada lugar de trabajo. Adicionalmente, se realizaron charlas de etiquetado nutricional a 1.536 trabajadores, campañas comunicacionales con afiches, mailing y videos abarcando a todos los trabajadores y se replicó la Encuesta de Hábitos Alimentarios y Calidad de Vida a 2.653 colaboradores.

Esta iniciativa es patrocinada por el Programa "Elige Vivir Sano" del Gobierno de Chile, AccionRSE y la asesoría de la empresa Aramark.

Programa complementario de salud

353.686 prestaciones

Sodimac mantiene un convenio complementario de salud con la **Cooperativa Sermecoop**, acordado en conjunto con los sindicatos de la compañía y señalado expresamente en los contratos colectivos. Durante 2013, se realizaron 353.686 prestaciones reembolsadas con un beneficio total entregado por Sermecoop de M$3.030.531 Adicionalmente se entregaron 4.367 dosis de vacuna contra la influenza con costo cero para los trabajadores y se promovió la campaña "Sonrisa Sermecoop", beneficiando a 1.933 trabajadores con una mayor cobertura en sus prestaciones dentales.

Programa de alcohol y otras drogas

66 trabajadores "+ Tú, menos Tabaco"

Conscientes de las consecuencias que el abuso de estas sustancias causa en el ámbito laboral y familiar, Sodimac desarrolla un **Programa de Prevención del Consumo de Alcohol y otras Drogas**. En 2013 en el ámbito de apoyo y tratamiento de trabajadores en situación de uso de alcohol u otras drogas, se integraron al programa de asistencia 13 personas.

Además, se realizó a nivel nacional la Campaña de Tabaco: "+ Tú, menos tabaco", buscando sensibilizar de manera positiva la disminución o cese de su consumo. Complementariamente 66 trabajadores accedieron a algún tipo de tratamiento con una bonificación del 70%, usando el seguro complementario de salud.

Programa Deportivo

Como parte del tradicional Programa **"Sodimac se la juega por el Deporte"**, en 2013 se desarrollaron corridas familiares y la implementación de espacios para realizar diversas disciplinas deportivas. Adicionalmente 11.351 trabajadores participaron en los encuentros de fútbol, el programa de pausa saludable, el tenis de mesa y pilates, entre otros.

El objetivo de este programa es lograr un alto impacto en la salud física y mental de los trabajadores, fortaleciendo el clima laboral y la sana convivencia en los diferentes lugares de trabajo.

11.351 beneficiados

Participantes en Actividades Deportivas	
2011	4.703
2012	3.132
2013	11.351

Fuente: Sodimac.

Programa Cultural

En el ámbito cultural, en 2013 se retomaron las Visitas Guiadas al Museo Nacional de Bellas Artes. Así mismo, en Santiago se realizaron 11 actividades con una asistencia de 3.792 trabajadores provenientes de tiendas, bodegas, oficina de apoyo y centro de distribución. En regiones el programa finalizó con un total de 9 funciones en diferentes ciudades con una asistencia de 3.382 personas pertenecientes a 23 tiendas y bodegas. En tanto a la comunidad se ofrecieron 2.230 invitaciones y asistió un total de 4.937 personas.

8.114 asistentes

Participantes en Actividades Culturales	
2011	9.119
2012	7.450
2013	8.114

Fuente: Sodimac.

Beneficios laborales y sociales

Como una forma de valorar el esfuerzo y la contribución que los trabajadores realizan al crecimiento de la empresa, Sodimac mantiene una serie de beneficios laborales que apoyan las condiciones para una mejor vida personal y laboral, entre los cuales destacan los bonos de antigüedad y permanencia, vacaciones, asistencia, beneficios por traslados y desde 2013, se ha dispuesto el beneficio de retiro voluntario con derecho a pago de indemnización, al cual accedieron 22 trabajadores.

Principales beneficios (M$)	2011	2012	2013
Bono de vacaciones	$2.950.106	$3.120.193	$3.737.151
Antigüedad y permanencia	335.766	$379.303	$525.351
Bono de asistencia	$620.460	$903.540	$1.628.649
Aguinaldos	$1.142.709	$1.237.028	$1.633.240
Sala cuna	$1.016.824	$945.820	$986.813
Beneficios por traslados	$1.088.937	$1.633.807	$2.317.540
Beneficios por uniforme	$995.805	$1.348.350	$1.150.520
Eventos corporativos	$1.266.038	$1.758.642	$1.060.920
Casino y colación	$6.817.654	$8.321.026	$9.733.642

Fuente: Sodimac.

Ahorro Previsional Voluntario

3.221 trabajadores capacitados

Estudios de entidades especializadas han demostrado que el actual sistema de cotización no es suficiente para que un trabajador pueda obtener una buena pensión de jubilación. Frente a esta realidad, Sodimac realizó un convenio en 2011 para ofrecer planes de Ahorro Previsional Voluntario Grupal (APV) con costos de administración más económicos. De esta forma, en 2013 se realizaron capacitaciones a un total de 3.221 trabajadores de los cuales 2.261 iniciaron un plan de APV.

Planes de pensión y orientación

Y pensando en aquellos trabajadores que se jubilan, la compañía ha establecido un programa de desvinculación responsable con una indemnización que se hace efectiva al término del contrato individual (por fallecimiento, pensión por vejez o invalidez), entregando un monto equivalente a 30 días de su última remuneración por cada año de servicio prestado, con un mínimo de seis meses trabajados y un tope de 450 días de remuneración. En 2013, se acogieron a este plan 10 trabajadores por un monto total de $218 millones.

Clima Laboral

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

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

En 2013 esta medición alcanzó un **Índice de Satisfacción** (Trust Index) de un 72% a nivel total de la compañía, representando una disminución de 2 puntos con relación al período anterior. La encuesta fue respondida por 13.391 trabajadores de tiendas, centros de distribución y oficinas de apoyo.

Tasa de respuesta del GPTW		
2011	2012	2013
11.778	13.346	13.391

Índice	2011	2012	2013
Trust Index	71%	74%	72%
GPTW	74%	79%	75%

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

Acciones de Clima Laboral

Con estos resultados, la subgerencia de Clima Laboral desarrolló, en las áreas con puntajes más críticos en la encuesta GPTW, un programa de seis meses logrando mejoras significativas en el 50% de los casos en 2012 y un crecimiento de 25 y 28 puntos en dos áreas de Oficinas de Apoyo.

En el segundo semestre de 2013, se generó un espacio de conversación y aprendizaje muy innovador y altamente valorado por todos los gerentes de tienda. Una vez al mes trabajaron en conjunto con la Subgerencia de Clima Laboral compartiendo prácticas, preocupaciones, dificultades y soluciones a situaciones relacionadas con la gestión de las personas y su impacto en el clima laboral. Al mismo tiempo, se continuó con talleres de GPTW Journey, en los que participaron 115 jefaturas de tiendas, centros de distribución y oficinas de apoyo.

Cuidado y Seguridad

Para Sodimac, el cuidado y la seguridad de sus trabajadores y clientes constituyen máxima prioridad. Basados en este enfoque, en 2013 todas las tiendas de la cadena obtuvieron la certificación Nivel 3 del Sistema **GPS-ACHS**, un mecanismo de gestión de seguridad y salud ocupacional basada en el modelo OSHAS 18.001 que permite a la compañía controlar los riesgos en forma práctica y efectiva.

Al mismo tiempo, se logró el importante objetivo de certificar la totalidad de las bodegas y Centros de Distribución en el Nivel 2.

Modelo GPS-ACHS

8.917 trabajadores capacitados

Educación y fomento de la seguridad

En 2013, se desarrollaron 22 cursos que contaron con la participación de 8.917 trabajadores, alcanzando 45.098 horas de capacitación. Estas actividades estuvieron centradas en minimizar las condiciones y conductas de riesgo, así como en potenciar el autocuidado a través de campañas, caminatas, planes de acción y seguimiento de éstos, apoyándose siempre en la estructura de la Gerencia de Prevención, en las jefaturas y los comités paritarios de cada instalación.

Un aliado permanente de Sodimac en el desarrollo de este esfuerzo es la **Asociación Chilena de Seguridad** (ACHS). En 2013, se realizaron 626 cursos, en los que participaron 5.674 trabajadores con el objetivo de minimizar las condiciones y conductas de riesgo, así como en potenciar el autocuidado.

Capacitaciones ACHS	Nº cursos			Trabajadores capacitados		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Cursos abiertos	1	21	10	15	75	25
Cursos cerrados	74	38	616	1.035	3.531	5.649
Cursos e-learning	47	26	0	10.460	76	0
Total	**122**	**85**	**626**	**11.510**	**3.682**	**5.674**

Certificación Seguridad y Salud Ocupacional

El sistema preventivo de ACHS es un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional que permite a una empresa identificar sus peligros y evaluar sus riesgos, para controlarlos en forma práctica y efectiva, focalizando sus recursos y esfuerzos. Esto es efectuado a través de la implementación de metodologías, técnico-operativas, que desarrollan la capacidad preventiva de una compañía, en etapas sucesivas de mejoramiento.

Luego de un extenso trabajo de análisis, gestión y control de sus riesgos operacionales más relevantes, Sodimac logró certificar en 2013 la seguridad de su cadena de abastecimiento y de sus tiendas.

Este reconocimiento es una motivación para Sodimac que continuará trabajando para certificar la totalidad de la empresa en el nivel de desarrollo preventivo 4 y concretar la implementación de la Norma OHSAS 18.001 en toda la organización.

Tasa de siniestralidad, accidentabilidad y ausentismo

La compañía vigila, asesora y promueve el cumplimiento del **Programa de Prevención de Riesgos** en conjunto con los comités paritarios. Dichos comités están presentes en todas las tiendas con representación del 100% de los trabajadores y apoyan este enfoque preventivo centrado en los ámbitos de la siniestralidad, accidentabilidad y ausentismo.

En conjunto con la **ACHS**, se continuó con el desarrollo de cursos para los comités paritarios. El enfoque estuvo centrado en la investigación y gestión de accidentes ocurridos en tiendas y bodegas. Y con el objetivo de potenciar el rol de los comités, se realizó un reconocimiento mensual al trabajador que se destaque en prevención de riesgos.

Durante 2013, se efectuaron acciones preventivas que contribuyeron a que la tasa de siniestralidad pasara de 46 en 2012 a 39 en el período reportado. La tasa de accidentabilidad, en tanto, varió de 4,43 a 3,27, arrojando una baja considerable en comparación al año anterior.

Tasa de Siniestralidad

Fórmula de cálculo: Nº de días perdidos / Promedio de trabajadores x 100.
Fuente: ACHS.

Tasa de Accidentabilidad

Fórmula de cálculo: Nº de accidentes / Promedio de trabajadores x 100.
Fuente: ACHS.

Tasa de Ausentismo en Accidentes Laborales

Fórmula de cálculo: Nº de trabajadores / Días perdidos / Nº de trabajadores / Horas perdidas x 100.
Fuente: Sodimac.

Tabla de días perdidos, Accidentes y Victimas Mortales												
	2011				2012				2013			
Zona o Región	Días Perdidos	Accidentes	Enfermedades profesionales	Victimas mortales	Días Perdidos	Accidentes	Enfermedades profesionales	Victimas mortales	Días perdidos	Accidentes	Enfermedades profesionales	Victimas mortales
Zona Norte	915	91	4	0	935	93	1	0	958	86	1	0
Zona Centro	1.023	148	2	0	1.505	140	5	0	1.027	104	0	0
Zona Sur	1.499	155	4	0	958	107	5	0	1.333	128	0	0
Región Metropolitana	7.695	661	1	0	1.360	482	5	0	4.287	317	5	1
Hombres	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	601	7	0	1.463	465	2	1
Mujeres	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	221	9	0	5.601	170	4	0
Total por columna	11.132	1.055	11	0	7.758	822	16	0	7.605	635	6	1
Total General	**12.198**				**8.596**				**8.247**			

Nota: En 2013 se registraron 635 accidentes laborales, de los cuales 465 fueron hombres y 170 mujeres. Al mismo tiempo sufrimos el accidente fatal de un trabajador en la Región Metropolitana.
Fuente: Sodimac.

Principales lesiones por accidentes

Fuente: Sodimac.

Diálogo con Nuestros Sindicatos

Sodimac privilegia las relaciones abiertas, informadas y sinceras con sus trabajadores basadas en la confianza como eje principal. Sobre estos fundamentos, ha cultivado una relación sustentada en cuatro pilares fundamentales:

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

71% de sindicalización

En este contexto, la empresa respeta y fomenta la sindicalización y el diálogo con sus trabajadores. Actualmente en la compañía existen cuatro organizaciones sindicales que se inscriben bajo un solo RUT y que en su conjunto poseen 13.748 trabajadores afiliados con una tasa de sindicalización del 71%. Estas dimensiones le han otorgado un carácter nacional, ya que supera ampliamente el promedio país de un 13% de sindicalización según datos publicados por la Dirección del Trabajo.

En 2013 se desarrolló la instancia de negociación colectiva con el **Sindicato Nacional de Trabajadores de Bodegas y Centros de Distribución de Sodimac** (Sintrabos), que agrupa a un 4,4% de la dotación total. En este proceso no se pudo llegar a un acuerdo en primera instancia y se votó la huelga legal que duró 38 días y finalizó el 13 de septiembre, cuando los trabajadores aceptaron una nueva oferta de la empresa.

Aún cuando el sindicato **Sintrabos** representaba a 866 trabajadores, la experiencia generó diversos impactos y aprendizajes que fueron abordados inmediatamente por el área de Clima Laboral. Se iniciaron talleres innovadores a nivel de liderazgos gerenciales y jefaturas denominados "Reconstruyendo las confianzas", con el objetivo de restablecer los diálogos y mejorar el clima laboral. Paralelamente se levantaron las demandas y necesidades que, dicho sea de paso, no sólo se relacionan con aumentos salariales.

A pesar de que Sodimac forma parte de la industria del retail, con una dinámica competitiva y estructura de jornadas de trabajo complejas, la empresa posee la menor cantidad proporcional de demandas y juicios en la Dirección del Trabajo. En 2013, se recibieron 62 denuncias de tipo laboral canalizadas por las instancias legales de la empresa.

Trabajadores sindicalizados		
Año	Nº trabajadores	Porcentaje
2011	11.292	66%
2012	13.904	68%
2013	13.748	71%

Fuente: Sodimac.

Nuestra Dotación

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

Además, dentro de su compromiso con la empleabilidad de los más jóvenes, la política salarial de Sodimac contempla ofrecer a sus trabajadores un ingreso de entrada a la compañía, igual o superior al mínimo legal establecido a nivel país.

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

Durante 2013, la empresa mantuvo una rotación promedio mensual de 34,5%, nivel que resulta muy relevante en un sector caracterizado por una alta exigencia y movilidad laboral, especialmente entre trabajadores menores de 30 años.

Total Trabajadores

Fuente: Sodimac.

Total trabajadores						
Año	**2011**		**2012**		**2013**	
Tipo de Contrato	**Hombre**	**Mujeres**	**Hombre**	**Mujeres**	**Hombre**	**Mujeres**
Contrato indefinido	9.045	5.960	9.845	6.648	10.076	7.084
Contrato Plazo fijo	1.502	717	2.398	1.509	1.549	751
Subtotal Total	10.547	6.677	12.243	8.157	11.625	7.835
Total	**17.224**		**20.400**		**19.460**	

Fuente: Sodimac.

Año	Salario Mínimo País ($)	Salario Inicial Sodimac ($)	Relación Sodimac V/S País
2011	182.000	255.314	1,42
2012	193.000	261.086	1,35
2013	210.000	293.125	1,40

Sueldos brutos. Salario inicial Sodimac considera gratificación.

Fuente: Sodimac.

Rotación de Trabajadores por Edad y Sexo						
Año	**2011**		**2012**		**2013**	
Rango de edad	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**
Menor de 30	1.115	3.292	1.135	3.143	1.522	3.749
entre 30 y menos de 50	383	735	444	728	511	757
50 y más	38	92	43	111	57	108
Total egresos anual	1.536	4.119	1.622	3.982	2.090	4.614
Rotación promedio mensual por género	8,9%	23,9%	8,0%	19,5%	10,7%	23,7%
Rotación promedio mensual	**32,8%**		**27,5%**		**34,5%**	

Fuente: Sodimac.

Pluralismo e Integración

Sodimac refuerza el compromiso con IGUALA

Como parte de la iniciativa IGUALA, impulsada por el Servicio Nacional de la Mujer (Sernam), para trabajar en un modelo de gestión que permita avanzar hacia la equidad de género en el trabajo, Sodimac ha seguido fortaleciendo su compromiso, incorporando nuevas tiendas a los lineamientos impulsados por el Sernam.

De esta forma, un total de 28 locales han obtenido este sello, mientras que otras tiendas se encuentran en el proceso de revisión de sus planes de acción con el objetivo de lograr esta certificación.

Adicionalmente, en un convenio complementario con el Sernam, Sodimac facilitó espacios en 12 tiendas a lo largo del país apoyando la comercialización de productos de mujeres emprendedoras.

El accionar de la compañía se funda en el apego irrestricto a la igualdad de oportunidades y a la calificación en virtud de los méritos profesionales. De esta forma, en 2013, un total de 102 mujeres ocupaba puestos ejecutivos en la organización, representando un 29% del total de estos cargos.

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

Gerentes, Subgerentes, Gerentes de Tiendas y Jefes de Departamentos

Año	2011		2012		2013	
Rango de Edad	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**
Menor de 30	2	0	2	2	1	6
Entre 30 y menos de 50	71	157	82	171	84	170
50 y más	12	61	13	69	17	78
Total	**85**	**218**	**97**	**242**	**102**	**254**

Fuente: Sodimac.

Salario Base por Cargo y Género

	2011			2012			2013		
Tipo de Cargo	**Hombres**	**Mujeres**	**Relación***	**Hombres**	**Mujeres**	**Relación***	**Hombres**	**Mujeres**	**Relación***
Jefe	949.847	973.796	0,98%	983.912	1.017.324	0,97	1.033.892	1.072.643	0,98
Supervisor	601.908	570.664	1,05%	663.333	621.835	1,07	700.659	646.696	1,08
Administrativo	623.190	619.420	1,01%	633.972	616.179	1,03	601.322	625.543	0,96
Operativo	291.023	291.824	1,00%	313.533	312.536	1	341.247	339.974	1,00

* Corresponde a: Promedio Remuneración Hombre/ Promedio Remuneración Mujeres.
Se considera salario base de trabajadores de jornada completa.
Fuente: Sodimac.

Apoyo a deportistas destacados

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

Dentro de esta iniciativa, la empresa apoya y auspicia a Cristián Valenzuela, trabajador no vidente del área Call Center de Sodimac y destacado deportista chileno, que tuvo una actuación histórica en los Juegos Paraolímpicos de Londres 2012 al ganar la medalla de oro en la carrera de 5.000 metros.

En 2013, participó en el Mundial de Atletismo Paralímpico celebrado en Lyon, Francia, donde obtuvo medalla de plata en los 5000 y 1500 metros y medalla de oro en la maratón.

Inclusión Laboral

Sodimac también está comprometida con la inserción laboral de personas con algún tipo de discapacidad, lo que lleva a un constante apoyo a instituciones como Teletón, Fundación Tacal y Servicio Nacional de la Discapacidad (Senadis).

Como reconocimiento a este compromiso permanente con la inclusión, Sodimac recibió en 2012 el Premio Sence - Fundación Tacal como empresa inclusiva.

En 2013, el número total de trabajadores con capacidades diferentes ascendía a 111, incorporándose durante el período 8 nuevos empleados con esta condición.

Subcontratación en Sodimac

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

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

Durante 2013, Sodimac, en una labor conjunta con la Dirección del Trabajo, siguió impulsando la unificación de criterios respecto de temas laborales para la correcta aplicación de la normativa, promoviendo la capacidad de autorregulación, en la búsqueda del desarrollo de relaciones de equilibrio entre empleadores y trabajadores subcontratados.

En materia de juicios y demandas realizados por trabajadores externos, en 2013 se produjo un total de 47 casos tramitados por la unidad de subcontratación, de los cuales 41 concluyeron en el período y el resto se encuentra en trámite.

Trabajadores subcontratados	2011	2012	2013
Empresas externas (*)	43	51	51
Nº de trabajadores (**)	3.277	3.720	3.905
Nº de fiscalizaciones	17	7	12
Nº de multas	1	0	0

(*) Este número comprende únicamente a las empresas de control centralizado. Las empresas contratistas de operación aislada son controladas por cada tienda.
(**) En 2013 la dotación informada al INE estuvo compuesta por 3.905 trabajadores subcontratados de los cuales 2.283 son hombres y 1.622 mujeres.
Fuente: Sodimac.

Sodimac logró **certificar** en 2013
la seguridad de su cadena
de abastecimiento y de sus tiendas.

Sodimac se integró a Sedex, organización internacional que busca impulsar mejoras en las prácticas empresariales en aspectos relativos a la ética y la responsabilidad en las cadenas de suministro. Con el primer programa de formación en innovación, buscamos seguir aportando al desarrollo de nuestros proveedores.

Nuestros Proveedores

Nuestros Proveedores

Sodimac considera prioritario mantener relaciones constructivas y abiertas con sus proveedores, siendo un requisito básico para lograr un alto nivel de satisfacción frente a las crecientes exigencias de los clientes. Con la incorporación a Sedex en 2013, la empresa se integra a una plataforma internacional que le permitirá intercambiar experiencias con otras compañías, para seguir avanzando en la ética y la responsabilidad de su cadena de suministro.

Transparencia Comercial Sodimac

Sodimac ha desarrollado una política integral de responsabilidad social, de carácter vinculante con sus proveedores, a través de la cual la empresa se compromete a respetar los derechos de todas las personas y a ejercer acciones de cuidado con el medioambiente.

Esta relación con los proveedores se rige por la política de **Transparencia Comercial Sodimac** (TCS), un marco normativo formal que no sólo se enfoca en la relación comercial entre ambas partes, sino que pone énfasis en las conductas y normas de operación responsable y de sostenibilidad con sus proveedores. Estas orientaciones se encuentran alineadas con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, las directrices de la OECD, las normas para reportar del Global Reporting Initiative y la Guía ISO 26000, entre otras.

En este contexto, como marco regulatorio interno, el TCS delega en la Contraloría de Sodimac la responsabilidad de velar por el cumplimiento de estos principios. Así, a través de los canales de atención y reclamos establecidos por la empresa, durante 2013 la Gerencia de Contraloría recibió 6 casos de proveedores, los cuales fueron acogidos, analizados y resueltos, de modo de tomar las medidas correspondientes y corregir cualquier eventual incumplimiento a las normas de TCS.

Equidad

Busca un trato justo para todos los involucrados, basado en:

- El mérito de las condiciones comerciales.
- La trayectoria de cumplimiento en el tiempo.

TCS

Credibilidad

Fundada en la ética, la transparencia y la confianza.

- Busca privilegiar los compromisos de ambas partes
- Se basa en integridad ética
- Impecabilidad en el cumplimiento de los compromisos.

Respeto

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

El compromiso TCS

Este marco de autorregulación implica una manera moderna, abierta y transparente de relacionarse con los proveedores, permitiendo un trabajo conjunto sobre reglas claras.

¿Qué contiene 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.

Más información en *www.sodimac.com* (nuestra empresa/proveedores).

Transparencia Comercial

En el marco del TCS y el compromiso con los derechos humanos, la compañía impulsa la erradicación del trabajo infantil en su cadena de aprovisionamiento. De esta forma, durante el período reportado, no se registraron denuncias o prácticas de trabajo infantil entre los proveedores fiscalizados.

Del mismo modo, como parte del Curso de Innovación y bajo el contexto de la política del TCS, Sodimac, fomenta en sus proveedores una sensibilización que les permita incorporar en sus prácticas los lineamientos en materia de sostenibilidad adoptados por la compañía.

Además de estas exigencias, Sodimac estima necesario el compromiso de cara a sus proveedores, con el objetivo de permitirles el adecuado desarrollo de sus negocios. En ese sentido, la compañía asume el desafío de pagar en un plazo no superior a 30 días, especialmente a los medianos y pequeños proveedores. La intención es ayudar a impulsar la actividad de las pymes en el largo plazo, otorgando una mayor estabilidad y confianza basada en relaciones comerciales recíprocas.

Enabling responsible supply chains

Sedex

Sodimac se une a la Plataforma Sedex

Uno de los principales hitos de 2013 fue la incorporación de Sodimac Chile a Sedex, una organización internacional sin fines de lucro y cuyo objetivo es impulsar mejorías en las prácticas empresariales en todos los aspectos relacionados con la ética y la responsabilidad de sus cadenas de suministro. Permitiendo homologar los datos, exigencias y disminuir la diversidad de cuestionarios, certificaciones y auditorías de ética aplicados por las empresas a sus proveedores.

Se trata de una plataforma de alcance mundial, que permite diseñar un programa de abastecimiento responsable a la medida, en colaboración con una amplia gama de herramientas para compartir datos éticos, reducir los riesgos, proteger la reputación corporativa y hacer seguimiento de prácticas y no conformidades en la cadena de abastecimiento.

Centro de Innovación Sodimac

innovación
nuevas ideas para hacer realidad tus proyectos

Para Sodimac la innovación ha sido, desde siempre, una práctica y búsqueda permanentes asociada al logro de una diferenciación en un mercado altamente competitivo. De esta forma a fines de 2012, la compañía da una muestra contundente sobre la relevancia de esta visión en su modelo de negocio.

Esta iniciativa está enfocada a sistematizar y gestionar la innovación incorporando como actor relevante a su cadena de proveedores. El propósito es aportar al modelo de negocio de la compañía, bajo una mirada diferenciadora que incorpore el concepto de la co-creación. En este modelo, Sodimac pone a disposición de sus proveedores el amplio conocimiento que posee sobre las demandas y expectativas de los clientes; y los proveedores focalizan sus capacidades en la generación de productos, servicios y nuevos negocios que agreguen valor y resuelvan de manera creativa y más directa las necesidades de los clientes.

Curso de Innovación para Proveedores

Durante 2013, el **Centro de Innovación en Retail de Sodimac**, realizó el primer programa en Latinoamérica destinado a la formación en innovación de proveedores y que contó con la participación de 20 proveedores de grandes, medianas y pequeñas empresas.

El curso, de carácter teórico-práctico y un mes de duración, tuvo como objetivo entregar a los proveedores las herramientas necesarias para que puedan conocer mejor a sus clientes y desarrollar soluciones innovadoras enfocadas en sus necesidades. Las temáticas incluyen desde el mejoramiento de atributos diferenciadores, hasta la creación de soluciones que aún no existen en el mercado. De esta forma, podrán ofrecer a través de las tiendas, físicas y virtuales de Sodimac, opciones más innovadoras y que serán ampliamente valoradas por los consumidores.

Los contenidos del programa se fundamentan en cuatro fases: detectar y entender las necesidades de las personas; diseñar una solución con los atributos necesarios para estas necesidades; construir las soluciones orientadas a producto o servicio; y lanzarlos con un plan de seguimiento comercial. Estos cursos continuarán desarrollándose dos veces al año a partir de mayo de 2014.

Programa "Manos de Mi Tierra"

En el ámbito del desarrollo de negocios inclusivos, desde agosto de 2012, Sodimac apoya el proyecto "Manos de Mi Tierra", como la primera iniciativa que llevó las prácticas de comercio justo a la industria del retail. Este proyecto se desarrolla gracias a una alianza suscrita con la ONG Comparte, que incluye al Fondo de Desarrollo Social (Fosis) del Ministerio de Desarrollo Social.

El objetivo de esta iniciativa, es generar un espacio de venta para que microemprendedores chilenos puedan comercializar sus productos de carácter artesanal en un mercado más amplio. De este modo, se asegura que el productor recibirá un pago justo, incrementando su bienestar económico y desarrollo familiar.

Después de la instalación de un primer espacio de venta en el acceso a la tienda Homy, costado del Parque Arauco, en 2013 se evaluó el programa y se dio espacio a los productos al interior de la tienda, además se sumo a las tiendas Homy Plaza Oeste y Homy Plaza Vespucio, permitiendo una mejor exposición y venta de sus artículos.

Control de Calidad

Cada año, ejecutivos de Sodimac viajan por diversos mercados del mundo buscando los mejores productos, al mejor precio y con el respaldo de fabricantes de confianza. Esta misma búsqueda también se realiza en Chile, de donde proviene el 79% de los proveedores.

Participación origen			
Origen	2011	2012	2013
Importado	18%	20%	21%
Nacional	82%	80%	79%

Fuente: Sodimac.

Además del precio, la estrategia de aprovisionamiento de Sodimac considera la continuidad del proveedor, su mejoramiento continuo, calidad y seguridad de sus productos. Al mismo tiempo, a través de la sostenibilidad, la empresa busca un encadenamiento estratégico con sus proveedores en el marco de una política de abastecimiento responsable. Aquí también son relevantes las buenas prácticas laborales, como contar con un ambiente adecuado de trabajo, uso de elementos de seguridad y respeto por las normas nacionales y acuerdos internacionales en materia laboral.

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

Inspecciones a Proveedores

Durante estos viajes, se realizan visitas a ferias en diferentes rincones del planeta, donde Sodimac selecciona productos y toma contacto con potenciales proveedores. Posteriormente visita sus operaciones para constatar su capacidad y solvencia. Y los productos contratados son sometidos a estrictos controles de calidad por parte de empresas internacionales especializadas. Este procedimiento se aplica igualmente en Chile con los productos adquiridos a proveedores locales.

Programa de Desarrollo de Proveedores

Como parte de su compromiso por ser una empresa socialmente responsable, Sodimac -en conjunto con la Corporación de Fomento de la Producción, Corfo- lanzó en 2013 el "Programa de Desarrollo de Proveedores", enfocado en 23 pymes del sector maderero -específicamente aserradero- con las que se relaciona.

El lanzamiento de este programa –cuyo agente operador que velará por su correcta implementación es el Consejo de Desarrollo del Sector Social de la Economía, CODESSER- fue efectuado en la Región del Biobío.

A través de este programa, Sodimac implementará un plan de mejoramiento continuo para contribuir con la calidad y productividad de sus proveedores pymes de maderas aserradas, así como también de los 600 trabajadores que forman parte de ésta. Así, Sodimac busca contribuir al desarrollo y formalización de las empresas proveedoras, y a su cumplimiento de la normativa medioambiental, lo que llevará a que la madera consumida en Chile sea un producto con estándares de calidad y producción responsable.

Inspecciones Nacionales

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

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

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

Inspecciones Nacionales			
Estado de la inspección	2011	2012	2013
Aprobado	298	381	417
Rechazado	199	106	80
Total de Inspecciones	497	487	497

Fuente: Sodimac.

Inspecciones Internacionales

Las inspecciones realizadas a proveedores extranjeros consideran las especificaciones técnicas, los componentes y características funcionales de los productos, y se revisa cada uno de los puntos requeridos por Control de Calidad. Adicionalmente, se inspecciona que la producción haya sido realizada siguiendo fielmente la especificación propia del producto y que cumpla con los materiales y especificaciones solicitados. En esta etapa es considerado el producto en su totalidad, verificando manuales, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado.

En 2013, las inspecciones en Asia alcanzaron 2.076 y se inspeccionó a 389 proveedores.

Fuente: Sodimac.

Cuestionario para Proveedores

Como parte de su política de sostenibilidad, Sodimac solicita a sus proveedores la firma de una declaración adicional, expresada en un cuestionario que profundiza en aspectos como Ética Empresarial, Derechos Humanos, Salud y Seguridad Laboral, Selección de Proveedores, Etiquetado y Publicidad de Productos, Medioambiente, y Compromiso con la Comunidad.

Los proveedores nacionales e internacionales, incluyendo los asiáticos, han adherido a esta política colaborando con la suscripción del formulario redactado en inglés y en chino mandarín. Al mismo tiempo en 2013, se realizaron 25 evaluaciones de fábricas a proveedores asiáticos en temas de responsabilidad social (Factory Social Audit), auditorías que se llevan a cabo a proveedores que comienzan las negociaciones con Sodimac.

En relación a la firma de la declaración básica en temas de sostenibilidad, 308 proveedores asiáticos, es decir, el 69% del total de proveedores de dicho origen, suscribieron el compromiso en 2013.

Cuestionario para Proveedores	2011	2012	2013 (*)
Total de proveedores extranjeros	749	728	448
Proveedores que firmaron cuestionarios de Sodimac	411	548	308

Nota: Se consideran sólo proveedores activos durante 2013.
Fuente: Sodimac.

Sodimac se integró a **Sedex**, quien busca impulsar mejoras en las cadenas de suministro.

Nuestros Clientes

La primera Gran Feria de Capacitación para maestros especialistas, fue una de las actividades más relevantes realizadas por Sodimac en el año para contribuir a la formación de un importante segmento de nuestros clientes.

Canasto
Tiendas Sodimac

Comprometidos con Nuestros Clientes

El conocimiento y la satisfacción de las necesidades de sus clientes están en el centro de las prioridades de Sodimac. La empresa se esfuerza por mantener canales activos de escucha y una relación transparente con el público, brindándole una adecuada información para que adopte una correcta decisión de compra. Otro componente de este compromiso de la compañía con sus clientes es el estricto control de calidad de los productos y una permanente asesoría en el mejoramiento de su hogar, y en el caso de los especialistas, capacitación para el desarrollo de su negocio.

Comercio y Marketing Responsable

Uno de los hitos del año fue el excelente posicionamiento alcanzado por la marca. Durante 2013 Sodimac logró un **Top of Mind** de 81 puntos, un logro muy importante puesto que refleja el alto grado de conocimiento y de presencia que alcanza la marca en la mente de los consumidores chilenos.

Lo anterior es resultado de una permanente preocupación por desarrollar campañas de marketing diferenciadoras. Entre las correspondientes a 2013 cabe destacar el lanzamiento de una aplicación para smartphones de la Guía Maestra que permite efectuar cotizaciones de productos de forma online. Esta es la primera aplicación de su tipo en el mercado dirigida al segmento de maestros y contratistas.

29 millones de reproducciones en Youtube

Adicionalmente, se logró un mayor y mejor desarrollo de la marca a través de las plataformas digitales Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram y Youtube. En este último soporte, de hecho, Sodimac se posicionó como el retailer más visto en Chile con más de 29 millones de reproducciones gracias a la campaña Hágalo Usted Mismo.

Adicionalmente, en todas sus tiendas la empresa ha incluido productos ECO sustentables, para que sean una alternativa eficiente para los clientes. Éstos deben cumplir previamente con las normas y exigencias del área de control de calidad de Sodimac que les permitan incorporar una rotulación especial.

Ética Publicitaria y Normativa Legal

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

Desde 2012, Sodimac adhiere a los principios del Código de Autorregulación de la Asociación de Marketing Directo de Chile (AMD), que busca establecer normas generales de responsabilidad y ética para todas las actividades que comprende el marketing directo en las compañías. En este sentido, la empresa procedió a una certificación de acuerdo al código de autorregulación AMD.

En este contexto, el manejo que hace Sodimac de la información relativa a los clientes se basa en el respeto estricto a la normativa vigente, la cual obliga a la empresa a mantener absoluta reserva de todos los datos personales de los consumidores y su prohibición de hacer entrega de los mismos a terceros, incluyendo empresas que tengan relación con la compañía. En este sentido, durante 2013 Sodimac no registró incidentes, reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

En relación al cumplimiento con la normativa y respeto a la ley, durante 2013 la compañía enfrentó un total de 47 juicios relacionados con la Ley del Consumidor, lo que representa un alza de causas en comparación al año anterior.

AMD
ASOCIACION DE MARKETING DIRECTO DE CHILE

Certificación Asociación Marketing Directo

Esta certificación es el resultado de un proceso de autoevaluación realizado por Sodimac como empresa asociada sobre la base del cumplimiento de las buenas prácticas que contiene el Código de Autorregulación. La asociación realizó esta evaluación a través de las políticas, procedimientos y registros entregados por la empresa. Para optar a la certificación Sodimac cumplió con un 83% de los criterios exigidos por el código; para aquellos ítems no logrados, la empresa definió un plan de mejora abordando los incumplimientos con el objetivo de poder aumentar de nivel durante los próximos años.

Causas Judiciales - Demandas (*)	2011		2012		2013	
Concepto	Causas	Montos	Causas	Montos	Causas	Montos
Salud y Seguridad	47	$379.917.718	35	$318.976.688	27	$397.705.469
Información y Etiquetado	47	$208.479.524	25	$93.024.033	20	$44.814.972
Publicidad y Marketing	1	(**)	1	(**)	-	-
Otro (*)	14	1.445.279.276	3	$1.500.000	-	-
Total	**103**	**2.033.367.518**	**64**	**$413.500.721**	**47**	**$442.520.441**

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

Escuchando a Nuestros Clientes

Escuchar está en la base de la relación de Sodimac con sus clientes, siendo clave para conocer y anticiparse a sus necesidades.

En este sentido, durante 2013 la empresa incorporó la metodología NPS para medir el nivel de servicio percibido por el público que visita sus tiendas en Chile.

Lo anterior se complementa con otras herramientas de contacto como son el Cliente Incógnito, Encuestas de Satisfacción y los canales de escucha denominados Contacto Sodimac.

Cliente Incógnito

Este sistema busca medir continuamente las conductas de atención que muestran los trabajadores de Sodimac hacia los clientes, en función de pautas predefinidas donde el estándar mínimo de cumplimiento debe ser al menos en el 85% de las conductas.

Durante 2013, se efectuaron 12.069 evaluaciones, las que arrojaron que un 47% de los trabajadores cumplió los estándares en un 100% dejando a la compañía con un 92% de cumplimiento en esta materia.

Cliente Incógnito	2011	2012	2013
Total evaluaciones	10.416	11.307	12.069
Trabajadores evaluados con 100%	4.814	5.321	5.728

Fuente: Sodimac.

Encuesta de Satisfacción

Esta encuesta presencial se realiza en todas las tiendas de Sodimac con el propósito de diseñar programas focalizados de acción y mejoramiento, tanto al personal como a los clientes, buscando opiniones directas respecto de la experiencia de compra.

En 2013 se entrevistó a un total de 4.540 clientes de los cuales el 83% se manifestó satisfecho, evaluando con nota 7 y 6 la experiencia de compra en Sodimac.

Encuesta de Satisfacción	2011	2012	2013
Clientes encuestados	8.081	8.630	4.540
Nota 7	51%	52%	59%
Nota 6	31%	31%	24%
Nota 5	11%	11%	10%
Nota 4	7%	6%	7%

Fuente: Sodimac.

Encuesta On-Line y Programa Promotor

Adicionalmente, durante 2013 se consolidó una encuesta online que el público puede contestar a través del sitio web de Sodimac y que tiene por objetivo evaluar la experiencia de compra por parte de nuestros clientes. En el año se recibieron un total de 32.457 encuestas. Al consultar a los clientes si recomendarían a un familiar o amigo a una tienda Homecenter Sodimac, el 81,5% de los clientes calificó con nota 9 y 10 (escala de 0 a 10). Dichos clientes son considerados como promotores de la marca.

Como complemento para fortalecer la medición anterior, la compañía decidió instaurar un Modelo de Gestión de Clientes denominado como "Programa Promotor", que busca consolidarse en 2014 para detectar las necesidades de los clientes y las oportunidades de mejora de las tiendas.

Canales de Escucha

El canal de escucha denominado **Contacto Sodimac** actúa en forma permanente como soporte integral a los requerimientos generados por los clientes en las diferentes áreas de la compañía.

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

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

151.038 requerimientos de clientes

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

Durante 2013, se generó un total de 151.038 requerimientos de clientes, de los cuales 98.174, es decir, un 65%, fueron reclamos que ingresaron vía internet, call center o por escrito en nuestros buzones. Éstos representaron un 0,19% del total de transacciones realizadas en el año.

Total requerimientos de clientes

Fuente: Sodimac.

Porcentaje de requerimientos	2011	2012	2013
Reclamo	65%	64%	65%
Solicitud	17%	18%	17%
Consulta	9%	7%	8%
Felicitaciones	8%	10%	9%
Sugerencia	1%	1%	1%

Fuente: Sodimac.

Año	2011		2012		2013	
Total de reclamos	Total	% de reclamos	Total	% de reclamos	Total	% de reclamos
Área Servicios	35.365	52%	39.098	51%	58.985	60%
Productos	14.831	22%	15.765	21%	18.187	19%
Áreas Verdes	7.910	12%	8.390	11%	10.117	10%
Internet	2.730	4%	4.927	6%	1.607	2%
Área Cajas	2.567	4%	2.930	4%	4.090	4%
Otros	4.000	6%	4.812	6%	5.346	5%

Fuente: Sodimac.

Convenio Sodimac – Sernac

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

Durante 2013 Sodimac recibió 2.414 reclamos a través de esta vía, de los cuales respondió un 99,9 % con una demora de seis días.

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

Calidad y Seguridad de Productos

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

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

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

Modelo de Control de Calidad Sodimac

Testeos de productos

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

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

También, se han potenciado los testeos internos realizados en un laboratorio propio, con instrumentos específicos para distintas categorías de productos. En 2013, se realizaron 255 ensayos y testeos internos que fueron realizados por profesionales del área de control de calidad de Sodimac, quienes una vez concluidas las pruebas, eventualmente solicitan mejoras a los proveedores.

255 testeos internos

Ciclo Testeo Interno

Testeos Externos de Productos	2011	2012	2013
Testeos de productos realizados en Chile	1.021 unidades	910 unidades	970 unidades
Testeos de productos realizados fuera de Chile	64 unidades	65 unidades	18 unidades

Fuente: Sodimac.

Marcas Propias y Soporte Técnico

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

En el ámbito de la postventa, para todos los productos marca propia, como grifería o aquellos que funcionan con energía eléctrica o algún tipo de combustible, Sodimac ha establecido un servicio técnico exclusivo para la reparación, administración de repuestos y atención de los requerimientos de clientes. Actualmente existen 925 productos de marca propia que cuentan con servicio técnico controlado por la compañía y que en 2013 atendió un total de 18.982 productos de diversas categorías.

48 módulos en tiendas del país

Módulos de Soporte Técnico

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

Durante los últimos 7 años, Sodimac ha desarrollado un proyecto consistente en la instalación de módulos de Soporte Técnico en tiendas, los cuales ya se encuentran ubicados en 48 locales a lo largo del país, estando a cargo de técnicos cuya misión es ayudar a los clientes en la puesta en marcha del producto adquirido, informarles acerca de su mejor uso y enviarlos al servicio técnico especializado si así se requiere.

Atenciones de Soporte Técnico	
2011	296.046
2012	362.778
2013	490.882

Fuente: Sodimac.

Educación y Consumo Responsable

Hágalo Usted Mismo

Con más de 15 años de vida, el programa **Hágalo Usted Mismo** es una invitación orientada principalmente a las necesidades y problemas comunes de todo hogar. A partir de diversos soportes, entre los que destacan un programa de televisión, talleres para clientes en tiendas y contenidos especiales en los catálogos, se entregan conocimientos para que las personas construyan sus propios muebles, realicen reparaciones y mantengan en buen estado sus viviendas ahorrando dinero.

En 2013, se realizaron 39 capítulos del programa de televisión Hágalo Usted Mismo que se transmite en Televisión Nacional de Chile. Se publicaron 2 revistas digitales y se impartieron 104 talleres para adultos y 12 talleres para niños en las tiendas (más información en *www.hagaloustedmismo.cl*).

39 capítulos Hágalo Usted Mismo

Círculo de Especialistas Sodimac

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

Con más de 323 mil socios de Arica a Punta Arenas, el objetivo del CES es capacitar y entregar herramientas que les permitan mejorar en su trabajo y la gestión de su negocio (más información en *www.circulodeespecialistas.cl*).

323.000 Socios CES

Actividades del CES	2011	2012	2013
N° de socios	250.000	280.000	323.784
N° de socios certificados SEC	84	50	60
N° de ferias	9	21	8
N° de capacitaciones	499	446	585
N° de visitas a fábricas	14	40	34
N° de Becas	820	1200	1760

Fuente: Sodimac.

Primera Feria de Capacitación CES

Uno de los eventos más destacados del año 2013 fue la realización en marzo de la primera gran Feria de Capacitación CES. Este encuentro tuvo lugar en la Estación Mapocho de Santiago con una concurrencia que llegó a más de 10 mil asistentes. Durante dos jornadas, más de 7.000 personas fueron capacitadas en diferentes especialidades, reafirmando el compromiso de Sodimac con los maestros y especialistas.

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

1.760 becas CES

Para la entrega de estas capacitaciones, Sodimac creó un plan de becas que impulsado en alianza con instituciones de educación superior, como son la Universidad Santo Tomás, Universidad Las Américas, Capacita de la Cámara Chilena de la Construcción y el Instituto DuocUC. En 2013 se entregaron 1.760 becas.

Los cursos impartidos contemplaron la mejora de habilidades y competencias en las áreas de: Instalaciones Eléctricas Domiciliarias, Gasfitería en Baja Presión, Soldadura al Arco Eléctrico, Computación, Albañilería, Carpintería en Obra Gruesa, Instalación de Pavimento de Interiores y Carpintería en Terminaciones. Una vez finalizada su capacitación, los becados reciben un diploma que certifica los conocimientos y habilidades adquiridos, lo que les permite diferenciarse y potenciar sus capacidades emprendedoras.

La primera **Gran Feria de Capacitación CES**, reunió a más de 10 mil maestros especialistas.

Compromiso con el Medio Ambiente

La puesta en marcha de la primera Red Nacional de Puntos Limpios en tiendas Sodimac, que considera 15 centros de reciclaje de Arica a Chiloé, y la exitosa conclusión del proyecto de forestación urbana que consideró la plantación de 16 mil árboles, marcaron la gestión del año.

Ampolleta de bajo consumo
Eficiencia energética

Compromiso con el medioambiente

Sodimac concibe su crecimiento como un avance continuo, pero respetuoso con el entorno. En 2013, la empresa se esforzó por seguir mejorando la evaluación y mitigación de sus impactos ambientales, y por promover el uso eficiente de los recursos y el cuidado del medioambiente al interior de la organización, así como entre los clientes y la comunidad, implementando iniciativas como la primera Red Nacional de Puntos Limpios en tiendas Sodimac.

En 2013 Sodimac realizó un nuevo cálculo de su huella de carbono, llevado a cabo por la consultora Proyectae utilizando la metodología establecida en el Greenhouse Gas Protocol.

Este proceso incluyó las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) directas producto del uso de combustibles fósiles y fuga de gases refrigerantes en fuentes controladas o propias de la empresa y las emisiones indirectas provenientes de la generación de la electricidad consumida por la compañía en conjunto con las generadas por el transporte de los productos, trabajadores y clientes, junto con la manufactura de insumos operacionales de las tiendas y oficinas corporativas.

495 mil toneladas de dióxido de carbono

Los resultados arrojaron un total de 495 mil toneladas de dióxido de carbono equivalente (k tCO_2-e), dentro de lo cual destacan las emisiones de GEI por transporte de productos (36%), transporte de clientes que visitan las tiendas (33%), manufactura de combustibles utilizados en transporte (13%), consumo de electricidad de la empresa (11%) y otras fuentes (7%). Además, se obtiene como indicador un valor de aproximadamente 10 kg CO_2-e por transacción.
Al comparar los resultados obtenidos de las emisiones de GEI de Sodimac entre 2012 y 2013, se observa un aumento de 1%. Este resultado se explica principalmente por el efecto del proceso de medición, por sobre la gestión operacional de la empresa.

A continuación se enumeran los principales cambios:

- En 2013 Sodimac incrementó su operación en un 9% en lo que respecta a transacciones respecto del año anterior, consistente con el aumento del número y superficie de tiendas.

- **Consumo de electricidad**: Corresponde a la variable con mayor control directo de la empresa, la cual depende de la superficie de las tiendas, número de transacciones, cantidad de visitantes, entre otras variables. El indicador por superficie del 2013 es de 198 kWh /m² tienda, siendo un valor similar a los años anteriores. Considerando un 22% de aumento en las transacciones entre 2010 y 2013 sin modificaciones en este indicador se concluye que hay un desacoplamiento entre el consumo de electricidad y el aumento de la actividad de Sodimac (por número de tiendas, superficie y transacciones) y por tanto una mayor eficiencia en este consumo.

- **Transporte de productos comercializados:** Las variaciones de las emisiones de GEI entre el 2012 y 2013 se deben principalmente por cambios en los supuestos de la información base utilizada. Los datos con mayor precisión se relacionan con la gestión directa del Centro de Distribución (CD) de la empresa. Si bien en los últimos años hubo un aprendizaje de la estimación de emisiones de GEI de transporte externa a Sodimac, se confirma la necesidad de un control integrado de la información del sistema logístico fuera del control directo del CD. Estos datos permitirán una mayor exactitud en la cuantificación de esta fuente de emisión, junto con la búsqueda de mayor eficiencia y reducción del impacto ambiental.

- **Transporte de clientes:** La medición del 2013 se basó en la misma información obtenida de la encuesta comercial utilizada el año anterior, por lo que no se presentan variaciones en los indicadores resultantes. Si bien esta fuente de emisión no está bajo el control directo de Sodimac, la empresa puede realizar una gestión favoreciendo el transporte público y de bicicletas a través de la evaluación de la ubicación de nuevas tiendas que acerquen a los clientes, promoción del uso de transacciones electrónicas que permitan una mayor eficiencia en la entrega de productos, entre otras acciones.

Los resultados totales de las emisiones GEI por categorías de emisión de los últimos tres años se presentan en la siguiente tabla:

Alcance	Fuente de emisión	2011	2012 $ktCO_2$-e	2013
1	Consumo de combustibles	5	6	6
1	Fugas de gases refrigerantes	3	<1	<1
2	Consumo de electricidad	38	49	57
3	Insumos operacionales - bolsas plásticas	EX	2	2
3	Insumos operacionales - papel	EX	1	1
3	Insumos operacionales - agua	EX	<1	<1
3	Insumos operacionales - catálogo	EX	3	16
3	Web de Sodimac y (transacciones y visitas)	<1	<1	1
3	Transporte productos [5]	126	200	177
3	Transporte clientes	99	154	163
3	Transporte trabajadores	4	5	5
3	Transporte otros [1]	1	2	<1
3	Manufactura combustible (Alcance 1) [2]	EX	1	1
3	Manufactura combustible (Alcance 3) [3]	EX	60	66
3	Otros fuentes [4]	<1	5	EX
	TOTAL	**277**	**488**	**495**

[1] Transporte de residuos, materiales a reciclaje y viajes de negocio.
[2] Manufactura de combustibles utilizados por compra directa de Sodimac (diesel, gasolina y GLP).
[3] Manufactura de combustibles utilizados por transporte de productos, clientes, entre otros del alcance 3 (diesel y gasolina).
[4] Incluye el transporte de catálogos, cabotaje y transporte entre tiendas-tiendas.
[5] El consumo de combustible de 2013 equivale a 618.332 MWh.
EX: Fuente de emisión excluida de la cuantificación.

Emisiones GEI Total 2013= 495 $ktCO_2$-e

Valores aproximados a miles de tCO2-e

Transporte marítimo de Productos
Transporte terrestre de Productos
Transporte de Clientes
Transporte de Clientes
Acceso a web Sodimac por los clientes
Catálogos
Bolsas plásticas
Papel oficina
Agua potable
Transporte reciclaje
Transporte residuos
Manufactura combutibles
Entradas y Salidas
Instalaciones Sodimac
Límite organizacional

Proyecto de forestación urbana Sodimac

En 2013, Sodimac concluyó exitosamente un proyecto iniciado en 2011 de forestación urbana, cuyo objetivo es mitigar el impacto de sus emisiones de gases contaminantes, y así reducir su huella de carbono. Durante el año, se plantaron 4.011 árboles, con lo que la empresa completó un total de 16.000 árboles, fundamentalmente de especies nativas, distribuidos en el Parque Metropolitano de Santiago (PMS), uno de los principales pulmones verdes de la capital y los cerros Chena y Polanco, entre otros.

80% prendimiento

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

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

Parque Bicentenario de la Infancia

2012

2013

Forestación Urbana Sodimac

Libro resumen del proyecto.

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

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

Plantación 2013		
Sector de Forestación	**Especies**	**Árboles Plantados**
Cerro San Cristóbal (Sector Lo Saldes)	Quillay, Pimiento, Algarrobos y Molle	2.473
Cerro San Cristóbal (Varios Sectores)	Mix de especies exóticas y nativas	1.538
Total		**4.011**

Fuente: ECO Soluciones.

Bolsa de Clima de Santiago

Bajo el espíritu de crecer de manera respetuosa con el entorno, Sodimac integra la Bolsa de Clima de Santiago (SCX) en calidad de miembro fundador, siendo la primera firma de su tipo en formar parte de un proyecto de esta naturaleza. Es una iniciativa pionera en la región, cuya misión es promover el desarrollo de los "mercados verdes" de reducción de gases de efecto invernadero (GEI) en Chile y Latinoamérica. A través de metodologías homologadas con Europa, Estados Unidos, Japón, China y Australia, la SCX permite que cualquier organización o persona interesada pueda participar en el desarrollo de proyectos de reducción de CO^2 o la compra de dichos certificados.

Reciclaje y disposición de residuos

Inauguración de la Red Nacional de Puntos Limpios.

Red Nacional de Puntos Limpios

Desde 2010, Sodimac mantiene centros de acopio de materiales con fines de reciclaje llamados **Puntos Limpios**. En 2013 se produjo un hito relevante en esta política, con la puesta en marcha en Chile de la primera Red Nacional de Puntos Limpios en tiendas Sodimac. La iniciativa significó sumar 13 nuevos centros de reciclaje, llegando a un total de 15 centros que permiten a los clientes reciclar sus desechos.

Este esfuerzo se ubica dentro del contexto de acercarse a la meta "cero residuos", habilitando a la vez un espacio para que los hogares minimicen sus desechos. También se busca colaborar con la reducción del impacto que genera la operación de las tiendas sobre el medioambiente, reduciendo, reutilizando y reciclando los residuos que producen los trabajadores de la empresa y sus clientes.

Gastos e inversiones ambientales

En 2013, Sodimac hizo una serie de gastos e inversiones relacionados con avances en temas medioambientales, los cuales apuntaron principalmente a la operación de las tiendas y su relación con los clientes. Estos desembolsos se detallan en el siguiente cuadro:

Nombre del Proyecto (M$)	2013	2012
Proyecto luminaria bajo consumo	118.417	1.944.325
Puntos reciclaje	431.622	158.521
Prrograma de tratamiento y retiro de residuos peligrosos	102.176	67.768
Paneles solares	-	34.586
Proyecto huella de carbono	67.811	25.558
Total	**720.126**	**2.230.758**

Fuente: Sodimac.

Cabe destacar que en esta red de Puntos Limpios se reciben doce tipos de materiales reciclables con destino garantizado de recuperación, entre los que se cuentan plásticos como PET/PETE, polietileno, polipropileno, poliestireno; vidrio, aluminio, chatarra y latas de conserva; tetra, cartones, papeles, diarios y revistas, entre otros. Estos residuos son compactados y enviados luego a empresas de reciclaje, maximizando la eficiencia del proceso.

Durante 2013, la Red Nacional de Puntos Limpios superó las 170 mil visitas, sumando 1.416.231 kilos de material reciclable, lo que equivale a 2.771.140 kwh de ahorro energético, 19.582.832 litro de agua y 5.238 toneladas de CO_2.

Reciclaje en Puntos Limpios (Miles)

Fuente: Triciclos.

Materiales Reciclados 2013

Fuente: Triciclos.

DECLARACIÓN AMBIENTAL DE PRODUCTOS DE CONSTRUCCIÓN

Sodimac se integra a DAPCO

En 2013, la compañía se integró como miembro de DAPCO, primer programa de Declaración Ambiental de Productos para el sector de la construcción en Chile, administrado por IDIEM de la Universidad de Chile y la CDT de la Cámara Chilena de la Construcción, con el objetivo de fortalecer y desarrollar la construcción sustentable en el país.

DAPCO busca promover el enfoque de ciclo de vida en el sector de la construcción, estimulando el uso del análisis de ciclo de vida (ACV) como metodología de contabilidad ambiental; y la declaración ambiental o etiqueta ambiental (DAP) como herramienta de comunicación de atributos de sustentabilidad de los productos.

Reciclaje de Productos

Sodimac realizó en 2013 la campaña "Cambiatón de Baterías", gracias a la cual se lograron reciclar 130.993 kilos de baterías en desuso. A través de esta iniciativa, los clientes pudieron efectuar el cambio de su batería antigua por una nueva con atractivos descuentos. Todas las unidades recolectadas fueron posteriormente sometidas a un proceso de reciclaje. Esta campaña se llevó a cabo en conjunto con la empresa de reciclaje automotriz Ecovalor y la disposición final estuvo a cargo de la empresa Tecnorec.

Además, con el apoyo de la empresa Degraf, se implementó una campaña de reciclaje electrónico, mediante la cual se logró reciclar 6.398 de residuos electrónicos, luego de realizar una cambiatón de teléfonos.

Adicionalmente, se realizó la disposición final de la cambiatón de bototos de seguridad que alcanzó los 68.878 kilos.

Al mismo tiempo, con el apoyo de la empresa Recycla, se implementó una campaña de reciclaje electrónico que significó reciclar 18.216 de residuos electrónicos, luego de realizar una cambiatón de herramientas.

Residuos no peligrosos

Sodimac aplica un plan de reciclaje de papel y cartón, este último como material indirecto usado en el embalaje realizado por los diferentes proveedores. Este reciclaje corresponde a cartón proveniente de embalajes, siendo una iniciativa que contempla todas las tiendas en Chile.

El proceso comenzó en 2005 y se opera en alianza con la **Sociedad Recuperadora de Papel** (Sorepa). Durante 2013, este programa permitió reciclar 5.523.105 kilos de materiales papel, cartón y mixto, lo que equivale a 30.377 Mwh de ahorro energético, 5.523 toneladas de CO^2 y 146.351 m^3 de agua. El ítem papel incluye papel blanco y de revista, y el ítem mixto considera papeles y cartulinas blancas y coloreadas, como copias de facturas, sacos de papel, envases y boletas de color, entre otros.

Reciclaje de papel y cartón			
Año	**2011**	**2012**	**2013**
Total kilos	4.424.296	5.074.656	5.523.105

Fuente: Sorepa.

Ciclo de acopio y disposición de residuos peligrosos

Reducción de bolsas plásticas

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

Frente a esta realidad, Sodimac siguió impulsando un proyecto para hacer más eficiente el uso y consumo de bolsas plásticas oxobiodegradables en sus tiendas. La compañía mantiene un sistema de monitoreo que cuantifica las bolsas plásticas utilizadas en sus locales, basado en el índice de transacciones (un promedio estimado en la cantidad de bolsas usadas por el cliente en cada compra). Gracias a ello, se cuantificó que en 2013 se utilizaron 751.045 kilos equivalentes a 70 millones bolsas (1,5 bolsas por transacción); esto es un 2% menos respecto del período anterior.

Adicionalmente, durante el año se vendieron 29.740 bolsas reutilizables, como parte de una iniciativa que responde al concepto de ayudar a crear una cultura de cuidado y mayor responsabilidad con el medioambiente entre los millones de clientes con los cuales Sodimac tiene interacción directa.

Residuos peligrosos

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

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

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

Reciclaje de Residuos Peligrosos

Fuente: Sodimac.

Programa Barrios Sustentables

En 2013, y por segundo año, Sodimac participó en el Programa Barrios Sustentables, iniciativa que se enmarca en el proyecto de Certificación Ambiental Municipal (SCAM) del Ministerio del Medio Ambiente. El objetivo de este proyecto es apoyar la implementación de un modelo de gestión ambiental que promueva el desarrollo de conductas sustentables a nivel de barrios.

Para la empresa, el programa constituye una oportunidad para profundizar su compromiso con el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades donde está presente, permitiéndole contribuir a que las personas tomen conciencia del cuidado del entorno y del planeta.

La iniciativa permite a los municipios impulsar y fortalecer su gestión ambiental territorial y apoyar a los vecinos en la búsqueda de una mejor calidad de vida, teniendo presente el cuidado del medioambiente. En ese sentido, en 2013 se realizaron 7 proyectos en las regiones de Antofagasta, Coquimbo, O'Higgins, Valparaíso y Metropolitana. Sodimac realizó talleres de buenas prácticas en el hogar, además de la entrega de ecokits a las familias participantes y de un panel solar al vecino con mejor participación en cada uno de los barrios que forman parte del programa.

Promoviendo la sustentabilidad

Sodimac aprovecha una serie de plataformas propias, como el programa de televisión "Hágalo Usted Mismo", sus catálogos, el sitio web de la empresa, campañas publicitarias y la presencia en tiendas, para sensibilizar a la comunidad y ayudar a generar cambios de conducta que contribuyan a que todos juntos **"Cuidemos la Casa de Todos"**.

En función de este objetivo, la empresa ofrece en todas sus tiendas un conjunto de productos ECO sustentables, para que se conviertan en una alternativa eficiente para los clientes, los cuales deben cumplir las normas y exigencias establecidas por el área de control de calidad de Sodimac para poder incorporar una rotulación especial.

Esta política permitió identificar al cierre de 2013 un total de 682 productos ECO que cuentan con los respaldos en la compañía y se elaboró el tercer catálogo digital ECO que incorporó la totalidad de estos productos; se añadió información sobre la huella de carbono y los Puntos Limpios de reciclaje y se entregaron consejos sustentables y ecoeficientes al público.

La Hora del Planeta

En 2013, Sodimac igualmente se sumó a la iniciativa más grande a nivel mundial en la lucha contra el cambio climático, "La Hora del Planeta", apagando durante una hora los letreros de las fachadas de todas sus tiendas, centros de distribución y oficinas administrativas a lo largo del país la noche del 23 de marzo.

"La Hora del Planeta" es una campaña de sensibilización pública que busca la participación de ciudades, corporaciones y principalmente de personas para que apaguen sus luces no esenciales por una hora. En esta línea, Sodimac además realiza una serie de acciones para difundir la iniciativa en redes sociales y a través de sus catálogos, junto con vocerías en las tiendas para informar a los clientes, y al mismo tiempo involucrar a sus trabajadores.

Educación sustentable

Sodimac ha profundizado su compromiso con el medioambiente y las comunidades donde está presente sumándose también por segundo año a la iniciativa de educación ambiental **"Salva la Tierra"**. El proyecto que tiene como objetivo informar y concientizar a la comunidad escolar acerca de la importancia del cuidado y la preservación del planeta.

Con esta campaña, más de 23 mil alumnos de 30 colegios de la Región Metropolitana participaron en diversas actividades en 2013, incluyendo charlas de calentamiento global y cuidado del medioambiente, además de eco talleres, entre otras. En ese sentido, Sodimac aporta su experiencia participando en talleres de reciclaje que permiten ofrecer a los niños una exposición acerca de las diferentes formas de identificar los residuos.

Adicionalmente, se llevó el proyecto a otras 10 ciudades de Chile, donde participaron más de 11 mil personas, inculcando el cuidado del medioambiente, propiciando que desde jóvenes las personas sepan cómo vivir de manera sana.

Sodimac inauguró la primera
Red Nacional de Puntos Limpios
en sus tiendas.

Compromiso con la comunidad

La entusiasta participación en actividades de voluntariado corporativo siguió siendo uno de los sellos en 2013. Más de 2.100 trabajadores voluntarios participaron durante el año en el programa Buen Vecino, el cual en los últimos 7 años ha apoyado a 365 proyectos, beneficiando a más de 220 mil personas de la comunidad.

Compromiso con la Comunidad

Sodimac mantiene un amplio y fuerte compromiso con la comunidad, ofreciendo capacitaciones, potenciando la participación de sus trabajadores en voluntariado corporativo y estrechando alianzas con instituciones con las que comparte intereses.

Pulso en las Comunidades

Desde 2012 Sodimac evalúa el impacto causado por sus tiendas sobre las comunidades donde están insertas. La empresa busca comprender mejor las necesidades de la comunidad y anticipar líneas de acción que permitan mantener una relación mutuamente beneficiosa.

Estos estudios cualitativos y cuantitativos arrojan una valiosa y oportuna información respecto del impacto que provoca la apertura o remodelación de tiendas entre las personas que habitan dentro de su zona de influencia. Esta información es un insumo clave para saber el tipo de acciones que la compañía debe adoptar, a fin de generar un estándar de relacionamiento con las comunidades que anticipe los intereses, necesidades y expectativas de la gente frente a la llegada de Sodimac, de modo de alcanzar el aval o licencia social para operar.

La empresa está reforzando sus esfuerzos para comunicar la llegada de las nuevas tiendas, presentando el proyecto a la comunidad (autoridades, líderes formales e informales, vecinos), indicando plazos, los impactos negativos del proceso de construcción, así como las externalidades positivas del proyecto (puestos de trabajo, acciones sociales y ambientales).

Para ello se han definido interlocutores que centralizan los requerimientos como consultas, reclamos, mensajes y respuestas, y al mismo tiempo, se ha visto la necesidad de designar un responsable que coordine la relación con las comunidades antes, durante y después de la construcción de la tienda.

Una política paralela tradicionalmente desarrollada por la empresa es el fomento a la contratación de personal residente dentro del área de influencia de cada tienda. De esta forma, Sodimac incentiva la empleabilidad local, abre plazas laborales a la comunidad en torno a sus tiendas y contribuye a la calidad de vida de sus trabajadores. En este sentido, existe un plan que busca establecer una estrecha relación con las comunidades y sus municipios, programa que en 2013 se tradujo en la presencia de la empresa en 16 ferias laborales a lo largo del país. Además, se han impulsado alianzas con distintas instituciones que ofrecen formación técnica gratuita a jóvenes de escasos recursos para que adquieran conocimientos y experiencias que contribuyan a su futura inserción laboral.

Buen Vecino

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

Las iniciativas deben cumplir con algunos requisitos, como identificación de la institución de destino, cantidad de beneficiarios, alineamiento con el quehacer de Sodimac (construcción, remodelación y habitabilidad), participación de trabajadores de la empresa y presentación de un reporte final. Cada equipo de trabajo es coordinado en las tiendas por las asistentes sociales y jefes de recursos humanos, de modo que se fortalezca el trabajo grupal, el compromiso con la comunidad y el orgullo de pertenecer a la empresa. Se ejecutan proyectos en instituciones de todo tipo, entre ellos jardines infantiles, centros comunitarios, escuelas, fundaciones, cuerpos de bomberos, consultorios, corporaciones, hogares infantiles y de ancianos, entre otras.

En 2013, se llevaron a cabo 75 proyectos, en los cuales participaron 65 tiendas, con una cobertura del 94% de las operaciones de Sodimac, además se incluyen los centros de distribución y las oficinas de apoyo. En ellos, colaboraron un total de 2.119 trabajadores, con un impacto comunitario de 11.634 personas beneficiadas.

Plan Buen Vecino–Sodimac en Acción

Año	Nº de proyectos	Beneficiarios directos e indirectos (*)
2011	56	27.947
2012	65	8.657
2013	75	11.634

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

Área de Proyectos Beneficiados

Área de Proyectos	2011	2012	2013
Educación	56%	37%	57%
Deporte	2%	3%	-
Salud	6%	1%	3%
Organizaciones sociales	36%	59%	40%

Fuente: Sodimac.

Desarrollo Social

Sodimac apoya activamente a diversas fundaciones cuya labor conlleva mejores condiciones de vida para las comunidades:

Techo para Chile

Esta alianza, especialmente relevante para Sodimac, se desarrolla desde 2008 teniendo como el objetivo contribuir a la meta que se ha impuesto esta ONG en cuanto a erradicar los campamentos en el país, siendo la compañía el proveedor oficial de los materiales.

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

Adicionalmente, en 2013 se pusieron a disposición en todas las tiendas productos Tramontina y Artimet con el sello “producto solidario”, para colaborar con los trabajos voluntarios de la organización.

Teletón

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

Una acción de gran visibilidad son los aportes monetarios que la empresa realiza durante las jornadas solidarias que esta organización realiza periódicamente. Si bien en 2013 ésta no se realizó, el compromiso de Sodimac con la Fundación Teletón se manifiesta cada año por medio de iniciativas como el Programa Abre, gracias al cual un grupo de sus trabajadores se involucra anualmente en labores voluntarias para mejorar accesos y superar condiciones deficientes de hogares de personas con discapacidad, y así ayudar a que alcancen una mayor independencia e integración.

Adicionalmente, la compañía practica una política de apertura a la contratación de personas discapacitadas que habitualmente tienen dificultades de inserción laboral. Un ejemplo es el programa de inclusión laboral de Sodimac.

Fundación Nuestros Hijos

Desde hace más de una década, Sodimac apoya las labores de la **Fundación Nuestros Hijos**, entregándole aportes que los clientes generosamente realizan a través de la donación de su vuelto. Con el compromiso de los cajeros y cajeras de las diferentes tiendas del país, en 2013 se logró una recaudación de $486.444.724 cifra que fue destinada tanto al financiamiento del tratamiento de menores de escasos recursos como para acoger familias que deben viajar a Santiago para acompañarlos.

En el período también se efectuó la quinta versión de la campaña Manos a la Obra, una iniciativa de carácter interno destinada a recaudar fondos para cubrir las necesidades médicas, escolares y sociales de los niños de escasos recursos que se encuentran enfermos de cáncer. Cada año, esta acción cuenta con la participación de todas las tiendas y trabajadores de la empresa, formando alianzas e ideando fórmulas innovadoras de recaudación, esfuerzo que en 2013 permitió reunir un total de $166.681.509

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

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

Fundación Junto al Barrio

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

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

En 2013, Sodimac realizó una jornada para que los clientes generosamente utilizaran las cajas de las tiendas para apoyar a la fundación, lo recaudado fue igualado por la empresa. Además, la organización y Sodimac obtuvieron el Sello Más por Chile que se enmarca dentro de una política pública del Ministerio de Desarrollo Social que pretende conectar, impulsar y darle apoyo a todos los que están vinculados en el trabajo con las personas más necesitadas.

El programa **Buen Vecino** ha desarrollado 365 proyectos en 7 años, beneficiando a 220 mil personas en el país.

Informe de Verificación Externa

EY Chile
Avda. Presidente
Riesco 5435, piso 4,
Santiago

Tel: +56 (2) 2676 1000
www.eychile.cl

Building a better working world

Informe de Verificación Limitada Independiente del Reporte de Sostenibilidad Sodimac 2013

Señores
Presidente y Directores
Sodimac S.A.
Presente

Alcance

Hemos efectuado una verificación limitada independiente de los contenidos de información y datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2013 de Sodimac S.A..

El alcance de las materias que se reportan incluye solo las operaciones en Chile.

La preparación de dicho Reporte es responsabilidad de la administración de Sodimac.S.A. Asimismo, la Administración de Sodimac S.A. también es responsable de la información y las afirmaciones contenidas en el mismo, de la definición del alcance del informe y de la gestión y control de los sistemas de información que hayan proporcionado la información reportada.

Estándares y procedimientos de verificación

Nuestra revisión fue efectuada de acuerdo a la norma de verificación internacional para auditorías de información no financiera ISAE 3000, establecida por el International Auditing and Assurance Board de la International Federation of Accountants, la Guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4.

Nuestros procedimientos fueron diseñados con el objeto de:

- Determinar que la información y los datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2013 estén debidamente respaldados por evidencias.
- Verificar la trazabilidad de la información reportada por Sodimac S.A. en su Reporte de Sostenibilidad 2013.
- Determinar que Sodimac S.A. haya elaborado su Reporte de Sostenibilidad 2013 conforme a los principios de la Guía GRI en su versión G4.
- Confirmar la opción "Esencial" de conformidad con la guía GRI G4 declarado por Sodimac S.A. para su Reporte de Sostenibilidad 2013.

Procedimientos realizados

Nuestra labor de verificación consistió en la indagación con representantes de la Dirección, Gerencias y unidades de Sodimac S.A. involucradas en el proceso de elaboración del Reporte, así como en la realización de otros procedimientos analíticos y pruebas de muestreo como se describen a continuación:

- Entrevistas a personal clave de Sodimac S.A. a objeto de evaluar el proceso de elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2013, la definición de su contenido y los sistemas de información utilizados.
- Revisión de la documentación de respaldo proporcionada por Sodimac S.A..
- Revisión de fórmulas y cálculos mediante re-cálculos.
- Revisión de la redacción del Reporte 2013 a objeto de asegurar que no induzca a error o duda respecto a la información presentada.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad se limita exclusivamente a los procedimientos mencionados en el párrafo anterior, correspondientes a una verificación limitada, la cual sirve de base para nuestras conclusiones. No aplicamos procedimientos de verificación extendidos, para obtener un nivel de aseguramiento razonable, el cual requiere un mayor nivel de evidencia.

Conclusiones

Sujetos a las limitaciones del alcance señaladas anteriormente y basados en nuestro trabajo de verificación limitada independiente del Reporte de Sostenibilidad 2013 de Sodimac S.A., podemos concluir que nada ha llamado nuestra atención que nos haga suponer que:

- La información y los datos publicados en el Reporte de Sostenibilidad 2013 de Sodimac S.A. no estén presentados de forma correcta.
- El Reporte de Sostenibilidad 2013 de Sodimac S.A. no haya sido elaborado en conformidad con la versión G4 de la guía para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del GRI.
- La opción "Esencial" declarada por Sodimac S.A. no cumpla con los requisitos para tal nivel de acuerdo a lo establecido en la guía de aplicación GRI versión G4.

Recomendaciones de mejora

Sin que incidan en nuestras conclusiones indicadas en el párrafo anterior de alcance limitado, hemos detectado ciertas oportunidades de mejora al Reporte de Sostenibilidad 2013 de Sodimac S.A., las cuales se detallan en un informe de recomendaciones separado, presentado a la Administración de Sodimac S.A..

Saludamos atentamente a usted,

Ernst & Young Ltda.

Miguel Ángel Salinas B.
30 de mayo 2014
100684/14

Glosario

Aspectos Materiales

Los Aspectos materiales son aquellos que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización, así como los Aspectos que influirían notablemente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. Para determinar si un Aspecto es material sería recomendable llevar a cabo un análisis cualitativo, una evaluación cuantitativa y debatir sus resultados. (Fuente: GRI-G4; Definición de palabras).

Aprovisionamiento Responsable

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

Auditoria

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

Benchmarking

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

Cambio Climático

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

Código de Conducta

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

Desarrollo Sostenible

Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

NOTA: Esto involucra abordar los factores económicos, sociales y ambientales y su interdependencia en la toma de decisiones y actividades de una organización.

Diálogo con los Grupos de Interés

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

Eficiencia Energética

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

Gases Efecto Invernadero (GEI)

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

Gestión Responsable de la Cadena de Aprovisionamiento

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

Global Reporting Initiative (GRI)

Nace en 1997, como una iniciativa conjunta entre la Organización No Gubernamental (ONG), CERES y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) con el propósito de cautelar la calidad, rigor y utilidad de los informes de sostenibilidad confeccionados por las empresas. Con este objetivo ha generado la Guía GRI para la Elaboración de los Informes de Sostenibilidad que contiene las pautas, principios e indicadores a reportar. 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. Desde mayo de 2013, entró en vigencia la Cuarta Guía del GRI denominada G-4, cuyo uso será obligatorio a partir de enero de 2016. Hasta el 31 de diciembre de 2015, las empresas podrán usar en período de transición la versión G3.1.

Gobierno Corporativo

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

Huella de Carbono:

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

Involucramiento de las Partes Interesadas

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

Innovación

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

ISO 26000

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

Memoria o Reporte de Sostenibilidad

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

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

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

Partes Interesadas/Grupos de Interés (stakeholders)

Entidades o individuos a los que pueden afectar de manera significativa las actividades, los productos o los servicios de la organización, y cuyas acciones pueden afectar dentro de lo razonable a la capacidad de la organización para desarrollar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos. Se incluyen aquí las entidades o los individuos cuyos derechos en virtud de una ley o un acuerdo internacional les permiten plantear con total legitimidad determinadas exigencias a la organización.

Entre los grupos de interés pueden encontrarse aquellos que mantienen una relación económica con la organización (por ejemplo, empleados, accionistas o proveedores) y los que tienen otro tipo de relación (por ejemplo, los grupos vulnerables dentro de comunidades locales o la sociedad civil). (Fuente: GRI-G4; Definición de palabras).

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 de Sodimac Chile. Con estos, se hace más simple la capacitación y se puede maximizar tiempo y recursos.

Responsabilidad Social (Definición ISO 26000)

Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con las normas internacionales de comportamiento; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

Retail

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

Sostenibilidad

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

Transparencia

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

Verificación

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

Tabla de indicadores GRI G4

Contenidos Básicos Generales

✓ Informe de verificación externa EY página 123.

Aspecto: Estrategia y Análisis					
Indicador	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**	
G4-1: Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión	5	✓ pág. 123			
G4-2: Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.	6, 18	✓ pág. 123			

Aspecto: Perfil de la Organización					
Indicador	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**	
G4-3: Nombre de la organización	3	✓ pág. 123			
G4-4: Marcas, productos y/o servicios más importantes de la organización	19	✓ pág. 123			
G4-5: Lugar donde se encuentra la sede de la organización	3	✓ pág. 123			
G4-6: Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	14	✓ pág. 123			
G4-7: Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	13	✓ pág. 123			
G4-8: Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios)	15	✓ pág. 123			
G4-9: Determine la escala de la organización, indicando: a) número de empleados b) número de operaciones c) ventas netas (para organizaciones del sector privado) o los ingresos netos (para las organizaciones del sector público) d) capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para organizaciones del sector privado) e) cantidad de productos o servicios que se ofrecen”	15, 20	✓ pág. 123			
G4-10: a) Número de empleados, por contrato laboral y sexo b) Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo c) Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo d) Tamaño de la plantilla por región y sexo e) Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como lo empleados y los empleados subcontratados por contratistas f) Comunique todos los cambios significativos en el número de trabajadores (por ejemplo: las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola)”	71, 72	✓ pág. 123	PG10	Trabajo y Relaciones Laborales	6.4.3
G4-11: Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	69, 70	✓ pág. 123	PG3	Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo	6.3.10
G4-12: Describa la cadena de suministro de la organización	81, 82	✓ pág. 123			

G4-13: Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización. a) cambios en la ubicación de los centros, o en los propios centros, tales como la inauguración, el cierre o la ampliación de instalaciones b) cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración de capital (para las organizaciones del sector privado) c) cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o la relación con los proveedores, en aspectos como la selección o la finalización de un contrato."	No se registran cambios relevantes.	✓ pág. 123		
G4-14: Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución	29, 43	✓ pág. 123		
G4-15: Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental o social que la organización suscribe o ha adoptado	46	✓ pág. 123		
G4-16: Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: a) ostente un cargo en el órgano de gobierno b) participe en proyectos o comités c) realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias d) considere que ser miembro es una decisión estratégica Esta lista incumbe fundamentalmente a las membresías de titularidad de la organización.	38, 39	✓ pág. 123		

Aspecto: Aspectos Materiales y Cobertura				
Indicador	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**
G4-17: a) Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes b) Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documnetos equivalentes no figuran en la memoria	33	✓ pág. 123		
G4-18: a) Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido del reporte y la cobertura de cada Aspectos. b) Explique cómo ha aplicado la organización los principios de elaboración de Reportes para determinar el contenido del reporte	32, 34	✓ pág. 123		
G4-19: Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido del informe.	35	✓ pág. 123		
G4-20: Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material	33	✓ pág. 123		
G4-21: Indique la cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material	33	✓ pág. 123		
G4-22: Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en Reportes anteriores y sus causas	No se registran reformulaciones de información.	✓ pág. 123		
G4-23: Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a Reportes anteriores	No se registran cambios significativos en Alcance y Cobertura.	✓ pág. 123		

Aspecto: Participación de los Grupos de Interés				
Indicador	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**
G4-24: Elabore una lista de los Grupos de Interés vinculados a la organización	35	✓ pág. 123		
G4-25: Indique en qué se basa la elección de los Grupos de Interés con los que se trabaja	35	✓ pág. 123		
G4-26: Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los Grupos de Interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración del Reporte	35, 37	✓ pág. 123		
G4-27: Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los Grupos de Interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su Reporte. Especifique qué Grupos de Interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	35	✓ pág. 123		

Aspecto: Perfil del Informe				
Indicador	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**
G4-28: Periodo objeto del Reporte (año fiscal o año calendario)	32	✓ pág. 123		
G4-29: Fecha del último Reporte (si procede)	32	✓ pág. 123		
G4-30: Ciclo de presentación del Reporte (anual, bienal etc.)	32	✓ pág. 123		
G4-31: Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido del Reporte.	3	✓ pág. 123		
G4-32: a) Indique qué opción «de conformidad» con la Guía G4 ha elegido la organización b) Facilite el Índice de GRI de la opción elegida c) Facilite la referencia al informe de Verificación externa si el Reporte se ha sometido a tal verificación”	34, 129, 123	✓ pág. 123		
G4-33: a) Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa del Reporte b) Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto al Reporte de Sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. c) Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. d) Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para el Reporte de Sostenibilidad de la organización.”	29, 34, 124	✓ pág. 123		

Aspecto: Gobierno				
Indicador	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**
G4-34: a) Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. b) Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	41 - 45	✓ pág. 123		
G4-39: Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	43	✓ pág. 123		
G4-45: a) Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de debida diligencia b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	29, 43	✓ pág. 123		
G4-46: Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	43, 45	✓ pág. 123		
G4-47: Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.	29, 45	✓ pág. 123		
G4-48: Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba el Reporte de Sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	29	✓ pág. 123		

Aspecto: Etica e Integridad				
Indicador	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**
G4-56: Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta y códigos de ética	9, 47	✓ pág. 123	PG10	
G4-58: Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda	48, 49	✓ pág. 123	PG10	

Tabla de indicadores GRI G4

Contenidos Básicos Específicos

✓ Informe de verificación externa EY página 123.

Categoría Económica						
Aspecto	**DMA e Indicadores**	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**	
DMA		20, 57, 58, 71, 81, 108				
Desempeño Económico	G4-EC1: Valor económico directo generado y distribuido	21	✓ pág. 123			
	G4-EC2: Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático	106, 107, 108	✓ pág. 123	PG7	Mitigación y Adaptación al cambio climático	6.5.5
	G4-EC4: Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	22	✓ pág. 123		Participación Política Responsable	6.6.4
Presencia en el Mercado	G4-EC5: Relaciones entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	72	✓ pág. 123	PG6	Condiciones de trabajo y protección social	6.4.4
	G4-EC6: Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	58	✓ pág. 123		Creación de Empleo y Desarrollo de habilidades	6.8.5
Prácticas de Adquisición	G4-EC9: Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	82, 83	✓ pág. 123		Generación de riqueza e ingresos	6.8.7

Categoría Medio Ambiente						
Aspecto	**DMA e Indicadores**	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**	
DMA		102- 105, 108, 111				
Energía	G4-EN3: Consumo energético interno	102	✓ pág. 123	PG7,8	Prevención de la Contaminación	6.5.3
	G4-EN4: Consumo energético externo	103	✓ pág. 123	PG7,8	Mitigación y adaptación al cambio climático	6.5.5
	G4-EN6: Reducción del consumo energético	105	✓ pág. 123	PG7,8	Uso Sostenible de los Recursos	6.5.4
Emisiones	G4-EN15: Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	102 - 105	✓ pág. 123	PG7,8	Mitigación y adaptación al cambio climático	6.5.5
	G4-EN16: Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)	102 - 105	✓ pág. 123	PG7,8	Mitigación y adaptación al cambio climático	6.5.5
	G4-EN17: Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)	102 - 105	✓ pág. 123	PG7,8	Mitigación y adaptación al cambio climático	6.5.5
	G4-EN19: Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	106, 107	✓ pág. 123	PG7,8	Mitigación y adaptación al cambio climático	6.5.5
	G4-EN23: Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	110, 111	✓ pág. 123	PG7,8	Prevención de la Contaminación	6.5.3

Productos y Servicios	G4-EN27: Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	108, 109, 111	✓ pág. 123	PG7,8	Consumo Sostenible	6.7.5
Cumplimiento Regulatorio	G4-EN29: Valor monetario de las multas significante y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	No se registran multas ambientales	✓ pág. 123	PG7,8	Prevención de la Contaminación	6.5.3
Transporte	G4-EN30: Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	104, 111	✓ pág. 123	PG7,8	Prevención de la Contaminación	6.5.3
Mecanismos de Reclamación Ambiental	G4-EN34: Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediantes mecanismos formales de reclamación	No se registran reclamos ambientales.	✓ pág. 123	PG7,8	Mitigación y adaptación al cambio climático	6.5.5

Categoría Desempeño Social Subcategoría Prácticas laborales y Trabajo Digno						
Aspecto	**DMA e Indicadores**	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**	
DMA		54, 56, 57, 58, 60, 65, 69, 71, 73				
Empleo	G4-LA1: Número y tasas de contratación y la rotación media de empleados, desglosados por grupo etáreo, sexo y región.	71, 72	✓ pág. 123		Trabajo y Relaciones Laborales	6.4.3
	G4-LA2: Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad	62	✓ pág. 123		Condiciones de trabajo y protección social	6.4.4
Salud y Seguridad en el Trabajo	G4-LA5: Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	66	✓ pág. 123	PG3	Salud y Seguridad en el trabajo	6.4.6
	G4-LA6: Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos y ausentismo, y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región y por sexo.	67, 68	✓ pág. 123		Salud y Seguridad en el trabajo	6.4.6
	G4-LA8: Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos	60	✓ pág. 123	PG3	Salud y Seguridad en el trabajo	6.4.6
Capacitación y Educación	G4-LA9: Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	54	✓ pág. 123		Desarrollo Humano y Formación en el lugar de trabajo	6.4.7
	G4-LA10: Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y que les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	57	✓ pág. 123		Creación de empleo y desarrollo de habilidades	6.8.5
	G4-LA11: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	56	✓ pág. 123		Desarrollo Humano y Formación en el lugar de trabajo	6.4.7
Diversidad e Igualdad de Oportunidades	G4-LA12: Composición de los órganos de gobierno y desglose de la planilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencias a minorías y otros indicadores de diversidad.	73	✓ pág. 123	PG6	Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo	6.3.10

Igualdad de Retribución entre Mujeres y Hombres	G4-LA13: Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	73	✓ pág. 123	PG6	Discriminación y Grupos Vulnerables	6.3.7
Mecanismos de Reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA16: Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediantes mecanismos formales de reclamación	70	✓ pág. 123		Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo	6.3.10

Subcategoría Derechos Humanos						
Aspecto	**DMA e Indicadores**	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**	
DMA		48, 70, 78				
Inversión	G4-HR2: Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados	48	✓ pág. 123	PG1,2	Debida Diligencia	6.3.3
No Discriminación	G4-HR3: Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	48	✓ pág. 123	PG1,2,6	Discriminación y grupos vulnerables	6.3.7
Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4: Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	70	✓ pág. 123	PG1,2,3	Situaciones de riesgo para los derechos humanos	6.3.4
Trabajo Infantil	G4-HR5: Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil	78, 80	✓ pág. 123	PG1,2,5	Situaciones de riesgo para los derechos humanos	6.3.4
Trabajo Forzoso	G4-HR6: Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	78, 80	✓ pág. 123	PG1,2,4	Situaciones de riesgo para los derechos humanos	6.3.4
Mecanismos de Reclamación en materia de Derechos Humanos	G4-HR12: Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	47, 48	✓ pág. 123	PG1,2	Resolución de Reclamaciones	6.3.6

Subcategoría Sociedad						
Aspecto	**DMA e Indicadores**	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**	
DMA		50, 90, 116, 117				
Comunidades locales	G4-SO1: Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	116, 118	✓ pág. 123	PG1,2	Derechos Económicos, sociales y Culturales	6.3.9
Lucha contra la Corrupción	G4-SO3: Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados	50	✓ pág. 123	PG10	Anticorrupción	6.6.3
	G4-SO4: Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	50	✓ pág. 123	PG10	Anticorrupción	6.6.3
	G4-SO5: Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	51	✓ pág. 123	PG10	Anticorrupción	6.6.3
Cumplimiento Regulatorio	G4-SO8: Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa	90	✓ pág. 123	PG10	Respeto a los derechos de propiedad	6.6.7
Mecanismos de Reclamación por impacto social	G4-SO11: Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	90	✓ pág. 123	PG10	Resolución de Reclamaciones	6.3.6

Subcategoría Responsabilidad sobre Productos / Servicios						
Aspecto	**DMA e Indicadores**	**Página**	**Verificación**	**Pacto Global**	**ISO 26000**	
DMA		83-85, 90, 91, 95-97				
Salud y Seguridad de los clientes	G4-PR1: Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras	83, 95 - 97	✓ pág. 123	PG2	Protección de la Salud y Seguridad de los Consumidores	6.7.4
	G4-PR2: Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa 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, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes	90, 93, 94	✓ pág. 123	PG2	Promover la Responsabilidad Social en la cadena de valor	6.6.6
Etiquetados de los productos y servicios	G4-PR3: Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	83, 84	✓ pág. 123	PG2	Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación	6.7.3
	G4-PR4: Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado	90	✓ pág. 123	PG2, 10	Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación	6.7.3
	G4-PR5: Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	91 - 94	✓ pág. 123		Servicio de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias	6.7.6
Comunicaciones de Mercadotecnia	G4-PR7: Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de marketing (mercadotecnia), tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado	90	✓ pág. 123	PG2, 10	Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación	6.7.3
Privacidad de los Clientes	G4-PR8: Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	90	✓ pág. 123	PG2, 10	Protección y privacidad de los datos de los consumidores	6.7.7
Cumplimiento Regulatorio	G4-PR9: Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	90	✓ pág. 123		Servicio de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias	6.7.6

Contacto y Retroalimentación

Comentario o sugerencia, contactar a:

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

Pablo Urbina M.
Jefe de Sostenibilidad
Teléfono: (562) 7381784
E-mail: purbina@sodimac.cl

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

SODIMAC.