

Sodimac Chile



 **74**
Tiendas.

 **686.258**
m² superficie de ventas.

33°
lugar Great Place
to Work Chile.

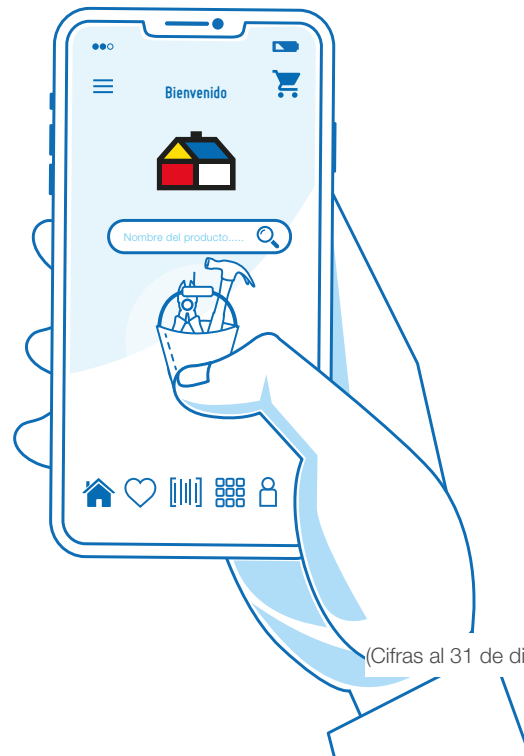
 **17.988**
trabajadores.

 **511.617**
horas destinadas
a capacitación en 2018.

“En 2018, buscamos profundizar nuestro conocimiento de los clientes y avanzamos en la transformación digital, repensando procesos e incorporando nuevas tecnologías que nos permitirán ser más eficientes y crear experiencias y propuestas de valor diferenciadoras. También nos planteamos metas cada vez más exigentes para desarrollar nuestro negocio de manera sostenible, como parte de un proceso de mejoramiento continuo”.



Eduardo Mizón
Gerente General
Sodimac Chile.



(Cifras al 31 de diciembre de 2018).



Trabajando por entregar una óptima experiencia al cliente

Sodimac Chile continuó su desarrollo, de acuerdo con el plan estratégico quinquenal, centrado en tres pilares corporativos: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.

Con la participación de los distintos estamentos de la empresa, se definió un plan estratégico que estableció metas al 2023. En 2018, se acordó centrar los esfuerzos en tres focos: entregar la mejor experiencia al cliente; avanzar en la transformación digital y aumentar la eficiencia organizacional. De hecho, en este período destacó la puesta en marcha del gobierno corporativo e iniciativas de transformación digital.

En materia de crecimiento, durante 2018 se generó un importante avance en comercio electrónico, sumando más de 20 mil nuevos SKU'S y la actualización de puntos de retiro en tiendas, además de aperturas y remodelaciones de tiendas. En rentabilidad, en tanto, se siguió profundizando en la puesta en marcha de medidas de automatización en el principal centro de distribución y en tiendas. En el ámbito de la sostenibilidad, se ejecutaron acciones de reducción de desechos y se avanzó en el uso de energías renovables no convencionales para abastecer instalaciones de la empresa.

Durante 2018 se abrieron tres nuevas tiendas Sodimac Homecenter y Constructor, que se ubican en La Serena (sector Balmaceda), San Antonio y la comuna de Independencia, en Santiago.

En rentabilidad, la compañía concentró un gran número de iniciativas de estandarización y automatización de procesos, logrando mejoras en la eficiencia de la cadena de abastecimiento. Con ello, se logró aumentar los índices de disponibilidad en tiendas a más del 95%.

Asimismo, en el período se consolidó el modelo de operación de Self Checkouts en tiendas, que permite al cliente autoatenderse en el momento del pago, ganando autonomía y velocidad. El proyecto Sodimac Go permite a los clientes en el patio Constructor ganar aún más velocidad en el proceso del pago, lo que próximamente se extenderá a la sala, permitiendo pagar de manera muy simple en cajas normales y de autoatención, a través de cotizaciones hechas con su celular.

En materia logística, la implementación de HUB y Cross-docking en las bodegas regionales ha permitido disminuir los tiempos de entrega a los clientes a 24 horas y a 48 en zonas extremas.



Transformación digital

Sodimac entiende su transformación digital como un medio que invita a repensar y potenciar los procesos de negocio, utilizando tecnología y el ecosistema digital, manteniendo siempre al cliente al centro.

Entre las prioridades definidas, se incluyen el entendimiento del consumidor, el despacho y postventa, la digitalización de tiendas y el comercio digital. Para materializar iniciativas, se conformaron 16 células ágiles o equipos de trabajo multidisciplinarios, dentro de las cuales destaca el desempeño alcanzado por la célula de click & collect (compra online y retiro en tienda), cuyos resultados han mejorado en más de 12 puntos la medición de NPS para la experiencia de compra.

Siempre guiados por el propósito de Sodimac, que es “Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar”, hoy los esfuerzos están concentrados en acompañar el cambio tecnológico con la transformación cultural que requieren los equipos. En este sentido, se trata de abordar los valores y el relato cultural en este proceso; promover el liderazgo con el ejemplo; potenciar un ambiente de trabajo colaborativo y en equipo; medir el grado de transformación cultural para poder gestionar y, por último, seguir optimizando los sistemas de evaluación.

Conocimiento de los clientes

El área de Business Intelligence desarrolló una estrategia que cruza toda la compañía, con énfasis en lograr un entendimiento profundo de los clientes, potenciar ventas, y también generar herramientas que potencien la eficiencia y reúnan lo mejor del conocimiento de la empresa al servicio de los clientes.

Algunos ejemplos en este sentido son el uso de algoritmos y big data para ofrecer una mejor propuesta de valor al cliente. A través de herramientas de big data y redes neuronales, se

busca facilitar el proceso de compra de proyectos complejos que requieren una diversidad de productos y servicios.

Además, se avanzó en la implementación del asistente virtual, en base a inteligencia artificial, proyecto iniciado en 2017. Esto permite hacer consultas respecto de productos o servicios, evitando unas 70 mil llamadas a call center en períodos de alta demanda, como los eventos Cyber. El asistente, que está disponible 24x7, capta más del 90% de las intenciones detrás de las preguntas de los clientes y proporciona la respuesta correcta.

Durante 2018, Sodimac siguió intensificando su presencia digital sin perder presencia en los medios tradicionales.

Calidad de servicio, eficiencia y productividad

En términos del NPS (indicador de satisfacción de clientes), en 2018 se presentó una mejora de un 10% con respecto a 2017, reflejando un alza transversal de todos los ítems que componen la medición. En 2018 también se empezó a medir específicamente el NPS de Comercio Electrónico, para poder gestionar e implementar mejoras de cara a los clientes.

Bajo el enfoque de procesos, las iniciativas de mejoramiento LEAN, la tecnología y la innovación, han permitido seguir dando grandes pasos en eficiencia en todos los frentes operacionales.

Las áreas de despacho y retiro en tienda para clientes han digitalizado varios de sus procesos, disminuyendo los tiempos de entrega de manera significativa. En cajas se ha ido ampliando el autoservicio asistido.

También, dentro del ámbito de la eficiencia operacional, tres tiendas Sodimac Constructor de menor tamaño fueron reemplazadas por remodelaciones y ampliaciones en tiendas cercanas de formato integrado Sodimac Homecenter y Sodimac Constructor, mejorando de esta manera la propuesta de valor a los clientes de esas zonas.



En términos de la integración de los canales, la implementación de HUB y cross-docking en las bodegas regionales ha permitido disminuir los tiempos de entrega a los clientes a 24 horas y a 48 en zonas extremas.

En lo referido a la Venta en Tienda se ha ido incorporando a pasos agigantados el concepto de venta de extra surtido y servicios asociados, con módulos puntocom cada vez más flexibles.

Sostenibilidad

De acuerdo con este pilar estratégico, en 2018 Sodimac organizó una nueva versión del Encuentro Anual de Proveedores, al que asistieron más de 600 proveedores. En la actividad se abordaron los desafíos conjuntos en materia de sostenibilidad y ante los cambios por la transformación digital. Se plantearon tres grandes objetivos que solo se lograrán con un esfuerzo conjunto: duplicar en 2019 la oferta de productos eco-sostenibles; que el 100% de los envases y embalajes sean reciclados o reciclables al 2020; y que todos los proveedores de Sodimac estén en la plataforma de autoevaluación (SEDEX) al 2021.

La empresa se unió al grupo “The Circular Economy 100” (CE100) de la Fundación Ellen McArthur, comunidad global público-privada que trabaja de manera colaborativa para transitar con más fuerza hacia una economía circular. En el marco de su iniciativa “Que Nada Se Pierda”, Sodimac realizó diversas campañas de productos, promoviendo reducir, reutilizar y reciclar.

En el contexto de los desafíos de cara al cambio climático, la compañía siguió avanzando en abastecer sus necesidades

energéticas con energías renovables no convencionales (ERNC). Ya se han instalado paneles solares en 10 tiendas, como parte de un plan que contempla 58 al 2019. También, como parte de un contrato con Acciona Energía, otras 32 instalaciones, incluyendo el principal centro de distribución operan con ERNC. Junto con ello, ha impulsado proyectos de eficiencia energética, tales como la renovación de iluminación LED implementada en 8 tiendas y mejoras en la operación.

En abril de 2018, la compañía eliminó las bolsas plásticas, lo que equivale anualmente a 46 millones de ellas, es decir, 471 toneladas. Esta decisión se sumó a una serie de otras medidas en la misma línea, como despachos carbono neutral con ocasión del Cyber Monday, y la reducción del uso de plástico en los envases y embalajes de los productos que comercializa. El objetivo es minimizar el impacto de la operación en el medioambiente.

Siempre en materia medioambiental, Sodimac fue reconocida por el Programa Huella Chile y el Ministerio de Medio Ambiente por su compromiso en la medición de huella de carbono en todas sus instalaciones.

Como parte de la Red Nacional de Puntos Limpios en tiendas Sodimac, durante 2018 se reciclaron más de 2.500 toneladas de residuos, superando las 500 mil visitas de clientes y comunidad. Al cierre del año esta red contaba con 17 puntos de reciclaje distribuidos en Santiago y regiones. Además, Sodimac realizó una alianza con una empresa de telefonía para incorporar a la red un espacio de reciclaje electrónico, permitiendo reciclar celulares, tablets y cables en desuso.



Por otra parte, Sodimac desarrolló nuevamente el programa “Construyendo Sueños de Hogar”. Se trata de una iniciativa de relacionamiento colaborativo y participativo, para mejorar la calidad de vida de las personas. Así, organizaciones vecinales o comunitarias pueden postular sus proyectos de mejoramiento, reparación o remodelación de infraestructura en espacios comunitarios. Consiste en la entrega de materiales y trabajo voluntario de colaboradores de la empresa en conjunto con la comunidad. En 2018, se materializaron 110 proyectos en todo Chile. Participaron 1.116 voluntarios y 24.607 personas fueron beneficiadas. En el plano interno, en el marco de este mismo programa, se apoyó a 120 trabajadores para mejorar sus hogares.

En 2018 Sodimac participó también de la campaña institucional de TECHO, “Violeta”, que gestionó 19 proyectos de vivienda definitiva en el país.

La empresa continuó trabajando junto a “Movidors por Chile”, actividad impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias para ayudar en las diferentes emergencias y potenciar las redes que incrementen la colaboración frente a catástrofes. En 2018, se trabajó en la construcción del primer flujograma y procedimiento de respuesta para la empresa, bajo los mismos objetivos.

Financiamiento CMR

A partir de 2018, los clientes pueden canjear una gift card por puntos CMR y, de esta manera, comprar cualquier producto en Sodimac. Próximamente se implementará un sistema para el canje de puntos online.

También, se efectuaron promociones innovadoras con mucho éxito, como el canje de puntos por descuentos en tiendas, generando sinergias entre el programa de puntos y la venta con descuentos. De esta manera el cliente obtiene beneficios potenciados.

Esto se tradujo en el mayor año de canje de puntos CMR de la historia de la compañía, creciendo más de un 60% respecto al año anterior.

Gestión de personas

Durante 2018 Sodimac cerró con el mejor resultado en su historia desde que mide el clima laboral con la encuesta de GPTW. Así, obtuvo 81 puntos con una tasa de participación por sobre un 85%, lo que la sitúa dentro de las 50 mejores empresas para trabajar en Chile, ocupando el lugar 33.

Sodimac está comprometida con la inserción laboral y el desarrollo de personas con discapacidad. Al cierre del año, trabajaban en la empresa 192 personas con discapacidad. Durante 2018 se profundizaron los esfuerzos con miras a cumplir con las disposiciones de la nueva Ley 20.015, que Incentiva la Inclusión de Personas con Discapacidad al Mundo Laboral. Como parte de ese proceso, el Departamento de Calidad de Vida incorporó una Coordinadora de Inclusión y Diversidad. Además, se elaboró un Manual de Inclusión de personas con discapacidad a aplicar por los equipos de Recursos Humanos en los distintos lugares de trabajo, proporcionándose a su vez, diversas capacitaciones sobre la temática a actores claves en el proceso (jefaturas, selección, capacitación, etc.)



El área de Business Intelligence desarrolló una estrategia que cruza toda la compañía con énfasis en lograr un entendimiento profundo de los clientes, potenciar ventas, y también en generar herramientas que trabajen la eficiencia.

Como parte del compromiso por la inclusión de personas migrantes, se suscribió una alianza con el Servicio Jesuita Migrante, para promover la incorporación de trabajadores de diversos orígenes culturales. En 2018, 909 trabajadores (4,82% de la dotación) provienen de una nación extranjera, corresponden a 21 nacionalidades diferentes.

Así también, la compañía puso en marcha su Programa de Flexibilidad Laboral, acuñando un concepto más moderno de trabajo, que promueve una mayor compatibilidad entre la vida personal y laboral, bajo el lema “+ Tiempo para Ti”. Ya han accedido a esta iniciativa 621 trabajadores, los que han seleccionado y combinado opciones entre flexibilidad horaria, trabajo remoto y tiempo libre.

Como parte de los avances de digitalización, se implementaron distintas plataformas que permiten llevar un registro digital mucho más rápido y reducir así el uso de papel en los procesos de selección. Esto contribuye, además, a mantener informados a los candidatos del estatus de cada proceso.

El compromiso de la empresa con el desarrollo de sus trabajadores es sólido y constante. Por esta razón, los concursos internos son la principal alternativa al completar una vacante. De hecho, durante el año 2018, se realizaron más de 686 movilizaciones a través de ese mecanismo.

Por otra parte, durante 2018 se avanzó en la definición del perfil del Líder Sodimac Chile, a través de una metodología para consensuar el estilo de líder que requieren los desafíos del negocio, sin perder la identidad corporativa. Para poder acompañar y desarrollar a estos líderes, se lanzó la Academia de Liderazgo.

Durante 2018 se realizaron 511.617 horas de capacitación con mallas curriculares para el desarrollo de carrera en el marco de la Escuela de Excelencia Sodimac. Particular esfuerzo se hizo en acercar a los trabajadores a las herramientas digitales. Con ese fin, se avanzó en el diagnóstico, nivelación y capacitación

en estas temáticas. Hoy Sodimac se encuentra en una segunda etapa consistente en fomentar el uso de todas las aplicaciones, tanto para facilitar la gestión como para brindar un mejor servicio y una excelente experiencia a los clientes.

En esta misma línea de innovación en herramientas de capacitación, en 2018 se inauguró el simulador de grúas en La Farfana, sumándose al que ya operaba en Lo Espejo y a los 2 simuladores disponibles para las tiendas. El objetivo es brindar más horas de práctica que permitan disminuir el índice de incidentes y accidentes. Además, a fines de 2018 la Escuela de Excelencia comenzó la gestión para incorporar un simulador de cajas, con el fin de facilitar el aprendizaje a través de ejercicios prácticos, esperando disminuir la curva de aprendizaje y facilitar la inserción de los cajeros a sus puestos de trabajo.

También durante 2018, se consolidó el uso de la App de capacitación de Sodimac. Durante el año, más de 1.800 usuarios utilizaron esta plataforma.

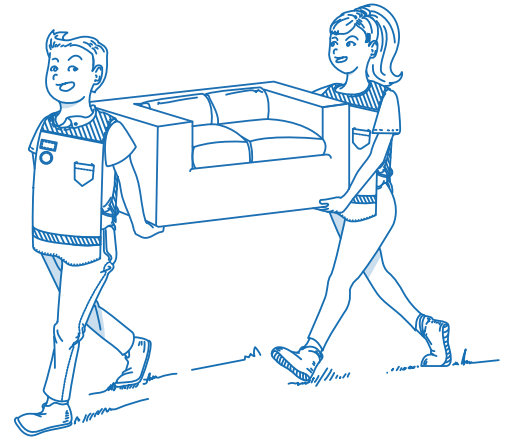
Como una manera de complementar la formación y en respuesta a la necesidad de contar con profesionales de excelencia, Sodimac también entregó 123 becas para estudios superiores, 22 de idiomas y 2 para programas de MBA.

Durante los meses de septiembre y octubre se desarrolló un proceso de Negociación Colectiva con el Sindicato Homecenter, que culminó con la suscripción de un contrato colectivo a 24 meses que abarca a más de 7.200 trabajadores socios de esa organización sindical.

Comercio y marketing responsable

Durante el año, se siguió implementando un programa emblemático en negocios inclusivos, denominado Círculo de Especialistas Sodimac (CES). Éste tiene 13 años de existencia y más de 400 mil socios de Arica a Punta Arenas. Su objetivo es relacionar a la compañía con un creciente grupo de clientes habituales,

El 2018 Sodimac cerró con el mejor resultado en su historia desde que mide el clima laboral con la encuesta de GPTW, lo que la sitúa en el lugar 33, dentro de las 50 mejores empresas para trabajar en Chile.



que incluye maestros especialistas y contratistas, para que logren mejorar la gestión de su negocio mediante capacitación y perfeccionamiento.

Por sexto año consecutivo, se llevó a cabo el evento “Gran Feria de Capacitación para Especialistas”, en Santiago. El encuentro tiene como objetivo principal que los especialistas puedan capacitarse de manera gratuita en diversas áreas, conocer nuevas tecnologías, estar a la vanguardia de las últimas tendencias del mercado y ser así capaces de innovar en su rubro. Asimismo, en el año se realizó por primera vez otra Gran Feria en Concepción. En total, a estos eventos asistieron 23.448 personas y otras 51.750 se conectaron vía streaming, realizándose más de 500 cursos de capacitación.

Además, en 2018 se lanzó el programa “Hágalo Usted Mismo en Comunidad”, cuyo objetivo es asesorar a las comunidades vulnerables con proyectos paso a paso, para construir y reparar los distintos espacios de su casa de acuerdo con sus necesidades.

Cabe destacar también que Sodimac fue el primer retailer en Latinoamérica en recibir el Botón de Oro de Google, al superar el millón de suscriptores en YouTube, lo que es un reconocimiento al esfuerzo y cariño que se pone en cada video y tutorial que se sube a esa red social para ayudar a hacer realidad los sueños y proyectos de hogar.

Gobierno corporativo y ética empresarial

En el ámbito de la probidad, Sodimac realizó un Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, según la Guía de los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de la ONU.

En este proceso participaron el Comité Ejecutivo, proveedores, trabajadores, empresas contratistas y dirigentes de sindicatos de Sodimac. Los temas y riesgos detectados se integraron a la Gestión de Riesgos de la compañía.

Durante 2018, la consultora BH Compliance certificó nuevamente la implementación, por parte de Sodimac, de modelos de organización, administración y supervisión destinados a prevenir las infracciones señaladas por la Ley 20.393.

Además, Sodimac continuó integrando la Comunidad GOLD del Global Reporting Initiative (GRI) que tiene como objetivo impulsar la transparencia en las empresas de todo el mundo.

Reconocimientos

Diversos aspectos de la gestión de Sodimac fueron reconocidos durante el año pasado. Por segundo año consecutivo, Sodimac se situó como la segunda institución en la que más confía la ciudadanía después de Bomberos, según el estudio I-CREO desarrollado por Almabrandts. Éste tomó en cuenta cinco dimensiones: honestidad-transparencia, responsabilidad, empatía, respaldo y cercanía.

Sodimac Constructor fue elegido para integrar el Hall of Fame, que reconoce a las marcas más destacadas. Sodimac también fue distinguida como parte del grupo de las empresas más innovadoras (Best Place to Innovate-UAI); obtuvo el 10° lugar (primer retail) como marca más valorada por los chilenos (Brand Asset Valuator/El Mercurio) y el primero en la Encuesta Nacional de Voluntariado (CADEM). Así también, ocupó el segundo lugar en reputación de marca como una de las empresas más valiosas de Chile (BrandZ/Millward Brown). Además, obtuvo el 4° lugar en el ranking de reputación corporativa elaborado por HK Estrategies y GfK Adimark; el 8° puesto en el Rep Trak de Reputation Institute y el 9° en el ranking Merco.

Comité ejecutivo Sodimac Chile



1 Juan Carlos Corvalán Reyes
GERENTE DE ASUNTOS LEGALES
Y SOSTENIBILIDAD

2 Ignacio Román Moreno
GERENTE DE PLANIFICACIÓN,
DESARROLLO Y PROYECTOS

3 Manuel López Pacheco
CONTRALOR GENERAL
SODIMAC CHILE Y FILIALES

4 Bernarda Valderrama Mena
GERENTE DE SISTEMAS

5 Marcio Kohiro Nakasawa
GERENTE HOMY

6 Eduardo Mizón Friedemann
GERENTE GENERAL

7 Mariano Imberga
GERENTE DE CADENA
DE ABASTECIMIENTO

8 Claudia Castro Hruska
GERENTE DE PERSONAS

9 Rodrigo Gamero Cussianovich
GERENTE COMERCIAL, MARKETING
Y VENTAS A DISTANCIA

10 Fernando Valenzuela del Río
GERENTE DE ADMINISTRACIÓN,
FINANZAS Y PREVENCIÓN

11 Sebastián Simonetti Vicuña
GERENTE DE OPERACIONES