

2012 Balance
**Social y
Ambiental**

Balance Social y Ambiental

Sodimac Colombia S.A.

Miguel Pardo Brigard
Gerente General

Diego Hernández Arizabaleta
Director Corporativo de Expansión

Erasmus Moreno Aguilera
Gerente de Tecnología

Germán Ortiz Cheuquelaf
Gerente de Operaciones

Hernán David Pérez Arroyave
Gerente de Logística e Importaciones

Karym Cecilia Grijalba Mármol
Gerente de Gestión Humana Integral

Luis Prieto Archidona
Gerente Comercial

Pedro José Gallón Tamayo
Gerente Financiero y Administrativo

Dennys Lasso
Jefe de publicidad

Redacción
Marcela Giraldo
Paola Ximena Hernández

Edición de contenidos
Andrea Ballesteros

Diseño portada
Jackson Molina
Área de Mercadeo Sodimac Colombia

Diseño y diagramación
Equilibrio Gráfico Editorial Ltda.

Fotografías
Archivo Sodimac Colombia S.A.

Redes Sociales
Facebook: Homecenter Colombia
Twitter: @Homecenter_co

Paola Ximena Hernández
Jefe de Responsabilidad Social
Teléfono: (+571) 546 0000 Ext. 22283
phernandezs@homecenter.co

Andrea Ballesteros
Analista de Responsabilidad Social
Teléfono: (+571) 546 0000 Ext. 22920
aballesterosc@homecenter.co

Carrera 68D # 80-70
Bogotá, Colombia.
(+571) 546 0000
www.homecenter.com.co

Contenido

Mensaje de Miguel Pardo Gerente General Sodimac Colombia	4
Nuestro perfil	6
Nuestro compromiso con la sostenibilidad	16
Gobierno corporativo y ética empresarial	19
Mejoramiento de la calidad de vida: nuestros colaboradores	22
Contribución a la comunidad	36
Marketing y comercio responsable: nuestros clientes	42
Gestión ambiental	50
Desarrollo de proveedores comerciales	60

Mensaje de Miguel Pardo Brigard

Gerente General Sodimac Colombia

Nos llena de orgullo compartir con ustedes nuestro Primer Balance, en el cual plasmamos nuestra gestión e impactos durante 2012 a nivel económico, social y medio ambiental. Siendo coherentes con nuestra estrategia de negocio, es de suma importancia generar una rendición de cuentas transparente que dé a conocer a todos los públicos de interés con los que interactuamos nuestra gestión sostenible.

En este primer ejercicio, basado en los parámetros internacionales del Global Reporting Initiative (GRI), destacamos iniciativas, resultados y logros que reflejan nuestro compromiso con la sostenibilidad. Somos conscientes de que el posicionamiento y crecimiento que soñamos no podrá darse sin una gestión sostenible y una relación responsable con nuestros grupos de interés.

Durante 2012 trabajamos por seguir extendiendo nuestro compromiso de mantener relaciones comerciales que generen un valor agregado y un crecimiento mutuo, buscando contribuir principalmente al desarrollo económico del país, vinculando en su gran mayoría a proveedores colombianos. En este año el 82% de las compras realizadas por nuestra compañía fueron hechas a proveedores nacionales, promoviendo así el progreso del empresario local.

Nuestra razón de ser son los clientes, nos dedicamos permanentemente a encontrar nuevas alternativas que garanticen que su acercamiento con nuestra compañía les genere bienestar y una experiencia memorable. Por esta razón, en 2012 creamos la Gerencia de Experiencia de Compra, la cual trabaja para seguir posicionándonos como referentes de satisfacción entre los clientes del sector *retail*. Esta implementación dio excelentes resultados, reflejándose directamente en la encuesta anual de satisfacción, la cual arrojó un resultado sobresaliente en el Índice de Experiencia de Compra; obtuvimos un puntaje de 86 sobre 100, demostrando que cada día estamos fortaleciendo nuestros equipos de experiencia en las tiendas. En las encuestas realizadas analizamos temas referentes a nuestras instalaciones físicas, atención de asesores, surtido y servicio en cajas.

Fue un año importante para nuestro compromiso con el medio ambiente. Desde 2010 hacemos la medición anual de la Huella de Carbono para alcanzar nuestra meta de reducir y contrarrestar el efecto de CO2 que emitimos en nuestra operación. En 2012, comparado con 2011, logramos reducir la Huella en un 9,93%, producto de un menor consumo de energía eléctrica, combustibles y refrigerantes en nuestras tiendas. Por otro lado, realizamos el primer día de la "No bolsa", en el que generamos con-





ciencia sobre el impacto negativo del uso de empaques plásticos. Sensibilizamos e invitamos a 8.050 clientes a sumarse a esta campaña a través del uso de bolsas reutilizables. Así mismo, implementamos iniciativas de reutilización de agua en nuestro Centro de Distribución, con las cuales en el primer mes, logramos un 75% de ahorro frente al histórico de consumo mensual.

En cuanto al aspecto social, lanzamos nuestro programa *Soy Voluntario Sodimac*, en el que involucramos de manera directa a nuestros colaboradores, donando su tiempo, trabajo y talento a causas que benefician a las comunidades de nuestras zonas de impacto. Tuvimos un resultado positivo que nos llena de satisfacción y nos reta a seguir creciendo en este proyecto. Llevamos a cabo 6 jornadas de readecuación de Instituciones Educativas Distritales y 1 de construcción de soluciones temporales de vivienda; logrando movilizar 165 voluntarios corporativos, donando un total de 1.320 horas y beneficiando a 3.165 personas de las comunidades intervenidas.

En Sodimac Colombia tenemos como prioridad los procesos de formación de nuestros colaboradores, fomentando su desarrollo, desempeño y retención del talento humano. Nuestras acciones de formación se enmarcan en la Escuela de Excelencia Sodimac, la cual, a través de diferentes escuelas que la conforman, nos permite tener colaboradores expertos, profesionales y listos para asumir nuevos retos. Estamos convencidos que promoviendo un desempeño exitoso en cada uno de nuestros compañeros y colaboradores, lograremos ser y hacerlos sentir en el mejor lugar para trabajar. Durante 2012 impartimos más de 368.000 horas de formación virtual y presencial, cubriendo el 100% nuestra población en diferentes temas como liderazgo, mejoramiento continuo de alto impacto, experiencia de compra y servicio al cliente

Los retos y expectativas que nos esperan el siguiente año son muy grandes. Continuaremos trabajando para que todas nuestras operaciones contribuyan y se comprometan con la sostenibilidad del país, yendo mucho más allá de la filantropía. Por ello reafirmamos nuestra voluntad de actuación responsable, con la certeza de que, por esta vía, estaremos ofreciendo una respuesta integral y valor agregado a todos los actores con quienes interactuamos.

Miguel Pardo Brigard
Gerente General Sodimac Colombia





Nuestro perfil

Nuestro perfil

En Sodimac Colombia nos dedicamos a desarrollar, satisfacer y dar soluciones a los proyectos de construcción de nuestros clientes, además de las necesidades de mejoramiento y decoración de sus hogares, ofreciendo excelencia en el servicio, integridad en su trabajo y un fuerte compromiso con la comunidad y con el medio ambiente.

Nuestro propósito central

Desarrollarnos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría a través del canal de venta que el cliente escoja, al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes.

Nuestra visión

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

Nuestros valores

En Sodimac Colombia estamos convencidos de la importancia de promover e infundir en todos nuestros públicos de interés prácticas ejemplares, éticas y transparentes. Dichas prácticas se resumen en nuestros valores corporativos, guiando todas nuestras acciones como compañía, constituyendo nuestros principios, objetivos y prioridades estratégicas.





En Sodimac Colombia creemos que la satisfacción de nuestros clientes es nuestra razón de ser. Indagamos y entendemos sus necesidades, nos apasiona agotar alternativas para satisfacerlas con respuestas oportunas, expertas y amables. Logramos con nuestra gestión, anticiparnos a sus necesidades y satisfacer sus expectativas a través de nuestros productos y servicios.



Nuestros valores son representados por la palabra *SEAMOS*, connotando un compromiso de todos, definiendo el marco correcto de actuación de nuestros colaboradores y sus relaciones internas y externas.

- **Seamos pasión por el servicio a nuestros clientes**

En Sodimac Colombia creemos que la satisfacción de nuestros clientes es nuestra razón de ser. Indagamos y entendemos sus necesidades, nos apasiona agotar alternativas para satisfacerlas con respuestas oportunas, expertas y amables. Logramos con nuestra gestión, anticiparnos a sus necesidades y satisfacer sus expectativas a través de nuestros productos y servicios.

- **Seamos innovadores**

Nuestros colaboradores tienen la convicción de que todo puede hacerse mejor y que la innovación es esencial para lograr el éxito. Por esto siempre buscamos identificar el resultado de nuestras acciones para mejorarlas. Identificamos y llevamos a la práctica nuevas ideas; nos in-



teresa siempre encontrar la mejor forma de hacer las cosas y buscar soluciones novedosas, creativas y personalizadas que agreguen valor a nuestros clientes.

- **Seamos cada vez mejores**

Nuestros colaboradores creen en el mejoramiento permanente, lo que les inspira altos estándares de excelencia. Buscan hacer su trabajo teniendo como referente prácticas de categoría mundial, trabajan con altos niveles de compromiso y se caracterizan por ser perseverantes; además buscan la excelencia en cada paso de su trabajo.

- **Seamos personas íntegras**

En Sodimac Colombia tenemos la convicción de la coherencia entre el pensar,

el sentir y el actuar. Nos caracterizamos por la honestidad, la ética y el cumplimiento estricto de la ley y los compromisos en todas sus actuaciones. Además, obramos de acuerdo con lo que se dice y por encima de todo se defienden los valores en los que creemos.

- **Seamos ejemplo de respeto por los demás y compromiso con su desarrollo**

En Sodimac Colombia creemos en el talento humano, en su diversidad y potencial de desarrollo. La calidez, la sencillez y el trato respetuoso son la manera de relacionarnos en la compañía. Valoramos el desarrollo de todos en los ámbitos personal y profesional y orientamos el trabajo diario como fuente de apren-





dizaje, crecimiento y proyección de las personas. Reconocemos sus realizaciones y nos ocupamos por aportar a un ambiente de trabajo amable, informal, con equipos conformados por personas motivadas y con capacidad para lograr un excelente desempeño.

- **Seamos austeros y sencillos**

Nuestros colaboradores creen en la austeridad y la sencillez; por esto actúan sin ostentación, con sentido práctico y discreción en su forma de trabajar, relacionarse y mostrar lo que hacen. Invierten en lo esencial para el desarrollo actual y futuro de nuestros negocios, empleando los recursos estrictamente necesarios.

- **Seamos responsables con la sociedad**

En Sodimac Colombia tenemos la convicción sobre la necesidad de ser responsables frente a la sociedad en la que participamos y contribuimos a su transformación. Nos destacamos por participar activamente en su desarrollo, en la protección del medio ambiente y los recursos naturales, empezando por nuestros colaboradores, sus familias y las comunidades donde operamos. Somos solidarios y avanzamos en acciones concretas que evidencian nues-

tro compromiso con el mejoramiento, el desarrollo y el cambio.

Los valores descritos han permitido posicionar una *cultura* enfocada en el servicio y en una *estrategia* de compra memorable para el cliente. Como compañía somos conscientes de que la *cultura organizacional* es uno de los recursos más valiosos y justamente lo que nos permitirá mantener la cohesión organizacional en medio de nuestro veloz crecimiento, predecir y orientar los comportamientos de todos nuestros colaboradores en medio del proceso de consolidación de las tiendas y generar los mecanismos diferenciadores que nos permitan consolidar nuestra propuesta de valor.

Durante 2012 realizamos la declaración de nuestra cultura, la cual fue un trabajo de co-creación en equipo, donde toda la compañía a nivel nacional participamos en lo que se denominó “talleres de cultura” y de estos salió nuestra declaración. **Cultura Sodimac es una forma de Vivir, Hacer y Sentir las cosas que nos caracterizan: por eso somos alegres, felices, creativos, líderes, constructores de sueños, auténticos, dinámicos, prácticos, diversos, berracos, comprometidos y solidarios. Construimos juntos, corremos riesgos, aprende-**





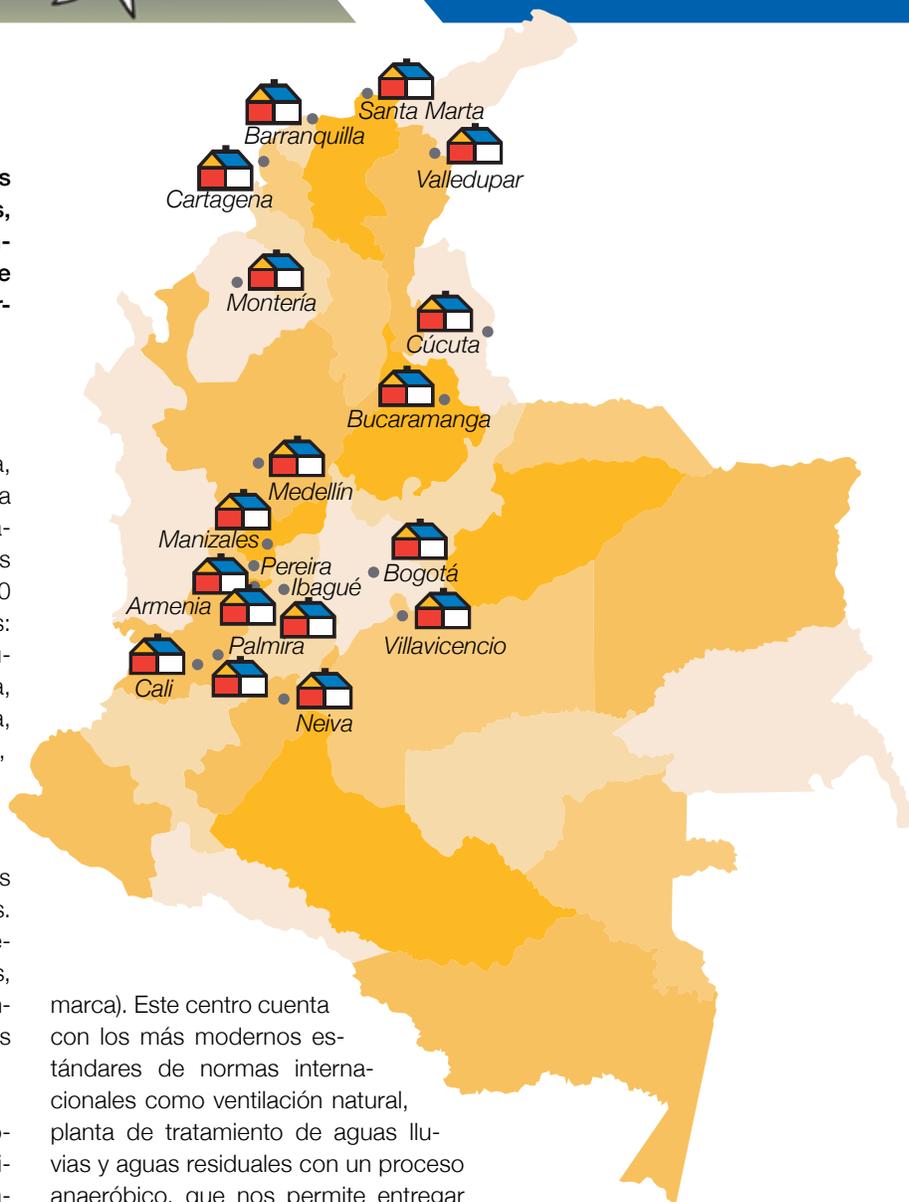
mos de nuestros errores, creemos en nuestra gente y la reconocemos, actuamos con transparencia, nos encanta vender, tenemos espíritu de servicio y estamos orgullosos de pertenecer a nuestra compañía.

¿Dónde estamos?

Desde nuestros orígenes en Colombia, en Sodimac hemos evolucionado, de la primera tienda de 1.900 metros, localizada en Bogotá en la Avenida de las Américas, a una pujante cadena con 30 tiendas en diecisiete ciudades del país: Armenia, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Medellín, Montería, Neiva, Palmira, Pereira, Santa Marta, Valledupar y Villavicencio.

Nuestro constante crecimiento y expansión ha permitido situarnos entre las primeras veinticinco empresas del país. Así como en el negocio de venta al detal (*retail*) hay categorías como farmacias, supermercados y almacenes de ropa, entre otras, en Sodimac Colombia lideramos la categoría de mejoramiento del hogar.

De igual modo, disponemos de un moderno Centro de Distribución (Cedis) ubicado en el municipio de Tenjo (Cundina-



marca). Este centro cuenta con los más modernos estándares de normas internacionales como ventilación natural, planta de tratamiento de aguas lluvias y aguas residuales con un proceso anaeróbico, que nos permite entregar





aguas tratadas al medio ambiente, cubiertas traslúcidas para disminuir el uso de energía eléctrica, sensores de movimiento para la activación de la iluminación, entre otros aspectos.

Nuestras marcas

En Sodimac Colombia contamos con dos grandes marcas:



Homecenter

Compartimos la creencia que nuestra casa es el lugar que más queremos y por eso, nada nos hace sentir más satisfacción que mejorarla. Nuestro objetivo es lograr que la mayor cantidad de personas en Latinoamérica accedan al mejoramiento de sus hogares.



Constructor

Compartimos la creencia de que el trabajo es el mejor medio de prosperidad y progreso en la vida. Trabajamos para elevar el nivel de vida de los especialistas del sector en Latinoamérica.

Nuestros canales de venta

Buscando satisfacer las necesidades de nuestros clientes, en Sodimac Colombia, contamos con tres canales de venta: Retail (venta al detal a través de almacenes Homecenter y Constructor), Venta Empresa y Venta a Distancia.

- Retail
- Homecenter

Con nuestros almacenes Homecenter brindamos atención especializada a los hogares colombianos, para acceder a variados productos y servicios de calidad, que mejoren sus espacios y su calidad de vida. Tanto en tiendas físicas, como virtuales, contribuimos a que el mayor número de personas cumplan su sueño de transformación del hogar.

Nuestros almacenes (físicos y virtuales) son espacios propicios donde los clientes pueden inspirarse, encontrando un amplio surtido de ideas, productos y servicios confiables que les permitan el mejoramiento y la adecuación de sus viviendas. Son agradables de recorrer, pues cuentan con la información pertinente, asesores expertos, y precios bajos que facilitan tomar la decisión de llevar a cabo proyectos grandes o pequeños.

Nos caracterizamos por bajos precios diarios, que sin duda producen confianza. Así mismo, las amplias facilidades de financiación con las que cuentan nuestros clientes facilitan la adquisición de productos para mejorar el hogar, la oficina y otros espacios. En Homecenter más que productos, vendemos proyectos completos de alta calidad.





• • Constructor

Es el almacén más fácil de recorrer gracias a su innovador circuito de compra para que constructores, arquitectos, maestros de obra, electricistas y carpinteros, entre muchos otros oficios, adquieran los materiales que requieren para su trabajo y en las cantidades necesarias sin perder tiempo, y con garantía de bajos precios. Se trata de facilitar los negocios para nuestros compradores y especialistas. La promesa de precios está avalada en una garantía de devolver el 10% de la diferencia si el cliente demuestra que el mismo producto está a precios más bajos en otro local*.

Por lo general los compradores de Constructor conocen lo que hacen y lo que quieren y en esos casos no requieren de asesoría experta, pero sí de rapidez para seleccionar los productos y facilidad para cargarlos y pagarlos. Para algunas compras los clientes pueden utilizar transporte confiable a domicilio que nuestra compañía les ofrece.

En caso de que algunos de nuestros clientes lo requieran también encuentran asesoría experta, facilidades de financiación y las marcas más reconocidas por ellos. El negocio brinda la mayor cantidad de alternativas para facilitar la

selección de productos y el trabajo de nuestros clientes. A través de Constructor, el especialista puede aprender su oficio para mejorar su negocio, puesto que confía en la calidad de los servicios y los productos que se ofrecen: compra lo que quiere, en las cantidades que requiere, con rapidez y a bajo precio.

• Venta a Empresa

A través de este canal nos encargamos de atender todos los requerimientos en productos y servicios para los clientes empresariales como constructores pequeños y medianos, empresas, industrias, instituciones públicas y privadas, fondos de empleados, entidades educativas, comercio, empresas de servicio, entre otras. Este tipo de clientes prefieren este canal por la excelente atención experta, sumada a que encuentra precios bajos, despacho a domicilio, variedad de surtido, garantía de productos de primera, garantizando una compra sencilla, rápida, confiable, cumplida y con facilidades de financiación.

• Ventas a distancia

Este canal lo hemos construido con una estructura sencilla, apoyada en las sinergias de las diferentes áreas. Sin embargo, se manejan de manera autónoma algunos procesos que dan agilidad y fomentan la experiencia de

VENTA A EMPRESAS



* En esta modalidad aplican condiciones y restricciones por temas legales.



compra de nuestros usuarios. Estas ventas las hacemos vía telefónica y por internet.

Disponemos de un equipo comercial encargado de las estrategias correspondientes, labores de búsqueda de nuevos productos y cargue de los mismos a la tienda virtual. Así mismo, un jefe de venta telefónica tiene a su cargo las ventas desde el *call center*, un equipo de operaciones que está al frente del despacho y del servicio al cliente, y un equipo de diseño gráfico y usabilidad cuya responsabilidad es la imagen de cara al cliente.

Uno de nuestros principales retos sobre este formato es trabajar para que los clientes realicen sus compras desde la comodidad de su casa, a través de homecenter.com.co y de la venta telefónica a nivel nacional 01 8000 115 150, mecanismos mediante los cuales encontrarán los espacios, las oportunidades y los beneficios de soñar y adquirir productos sin necesidad de desplazarse.

En Sodimac acompañamos nuestros canales con todas las facilidades complementarias para que el cliente realice su respectivo proyecto. Desde el despacho a domicilio, financiación, producto instalado, alquiler de herramientas, corte y dimensionado de materiales, mezcla de pinturas, hasta garantía de poder devolver los productos. Además el centro de proyectos ofrece cursos de capacitación para clientes y especialistas.

Nuestros productos y servicios

En Sodimac Colombia, lo más importante es ofrecer un servicio de excelente calidad a nuestros clientes, conocer sus expectativas y comprender sus necesidades, dando una respuesta pronta, oportuna, experta y amable.

En nuestra compañía ofrecemos gran cantidad y variedad de productos a los clientes, todos ellos de excelente calidad como se aprecia en la gráfica.

Por su parte, los servicios de nuestra compañía ayudan a los clientes a tener mayor cantidad de opciones para escoger. Éstos generan confianza y tranquilidad en los clientes, facilitando sus compras y siendo una solución completa al poder hacer todo en un solo lugar con garantía integral.





Dentro de los servicios que prestamos se encuentran:

- Instalaciones en pisos, baños, cocinas, puertas, iluminación, decoración, ensamble de muebles, cabinas, duchas, entre otras. Con este servicio brindamos al cliente conocimientos, herramientas y seguridad, ahorrándole tiempo.
- Centro de proyectos, el cual de acuerdo al presupuesto del cliente y de los proyectos que tenga, nuestros asesores le prestan ayuda y lo guían para escoger el producto que mejor se adecúe a lo que espera.
- Producto a pedido. Con este servicio ampliamos el surtido, haciendo acuerdos con nuestros proveedores para que entreguen los productos directamente a los clientes. Lo tenemos disponible para línea blanca, pisos, herramientas, cubiertas, motobombas, aseso, piscinas y tina. Este tema nos permite tener mayor espacio en los almacenes, para que nuestros clientes tengan una mejor experiencia de compra.

Prestamos estos servicios a nivel nacional, a través de 51 proveedores que generan empleo a 790 personas. Así mis-

mo, ayudamos a estos proveedores a formalizar su negocio.

Nuestros servicios cuentan con todas las facilidades complementarias para los clientes, con el fin de que puedan hacer sus proyectos de diseño, productos a pedido y productos instalados. Adicionalmente, ofrecemos otros servicios descritos en la siguiente gráfica:



Naturaleza de la propiedad y forma jurídica

Nuestra compañía es una empresa internacional, cuya composición accionaria está representada por el 51% de la Organización Corona y 49% de la Organización Falabella de Chile. Con la apertura de nuestro primer almacén, Américas Homecenter, nos establecimos desde 1993 en el país. A partir de ese momento iniciamos nuestra expansión como una gran cadena de *retail* en Colombia.

Nuestro socio Corona, con más de 130 años de historia empresarial, primero en Colombia y hoy en las Américas, produce principalmente loza, porcelana sanitaria y cerámica, grifería, y materias primas para la industria cerámica. Cuenta con seis unidades estratégicas de negocio dedicadas a la manufactura y comercialización de productos para el hogar y la construcción. Exporta a más de 45 países. Además tiene operaciones de venta al detal (*retail*) con los almacenes Corona y su participación en Sodimac Colombia. En su proceso de internacionalización tiene 18 plantas de manufactura en Colombia (una en construcción), 2 plantas en Estados Unidos y una en proceso

Accionista	No. Acciones	Participación
Organización Corona S.A	15.236.083	50,8293%
Inversiones Falabella de Colombia S.A.	14.687.750	49,0000%
Delfina S.A.S.	25.181	0,0840%
Minercol S.A.S.	12.993	0,0433%
Promin S.A.S.	12.993	0,0433%

de construcción en Brasil; así mismo, cuenta con oficinas comerciales en China y México.

Corona se destaca por su avanzada gestión estratégica y administrativa y por una cultura centrada en el respeto por la gente y su desarrollo. Es uno de los grupos económicos más grandes y tradicionales del país.

Sodimac Chile se caracteriza por tener más de cincuenta años de vida empresarial iniciándose como una cooperativa abastecedora de materiales de construc-



ción en Valparaíso. A finales de los años 1980 inicia con el formato Homecenter e inaugura su primer almacén Los Condes, en Santiago de Chile, y en forma paralela los locales de abasto para constructores evolucionan en lo que hoy se conoce como el Patio Constructor.

A raíz de la llegada de Home Depot a ese país austral, el concepto se modifica creando los súper Homecenter, compuestos por estos, más Constructor. Y a renglón seguido, la venta mayorista a constructores y empresas se consolida como el tercer canal de venta denominado Venta Empresa.



En 2003, a raíz de la salida de Home Depot de Chile, los viejos almacenes son transformados en Home Store (propiedad de Falabella) y se fusionan con Sodimac Chile para crear un gigante del *retail* a escala latinoamericana. La organización resultante, Falabella, queda entonces con cinco negocios principales. Los almacenes por departamento, los supermercados e hipermercados; el negocio de *retail* financiero, compuesto por la tarjeta CMR; los seguros, los viajes y el banco Falabella; los centros comerciales *Mall Plaza*; y, finalmente, la organización Sodimac, orientada al mercado profesional, empresarial y hogar. Tiene presencia en Argentina, Chile, Colombia, Perú y, recientemente, Uruguay, con más de 120 años de existencia.



Premios, reconocimientos y certificaciones 2012

- Alcaldía de Manizales. Reconocimiento a los procesos de inclusión laboral en nuestra empresa y agradecimiento por la participación en la convocatoria “Mérito a la inclusión de persona con discapacidad 2012”.
- Programa Pisotón. Se nos hizo un reconocimiento especial, el 31 de mayo de 2012, con motivo de los quince años de creación del programa y por nuestra contribución y apoyo en su realización. Esta iniciativa ha sido desarrollada en asocio con la Organización de Naciones Unidas y la Universidad del Norte. Consiste en brindar apoyo a niños, niñas y familias en situación de vulnerabilidad, en todo el territorio nacional, con necesidades especiales afectivas, sentimientos de rechazo e identificación hacia la agresión.
- Secretaría Distrital de Ambiente. Hizo un reconocimiento a nuestros almacenes Homecenter y Constructor por el compromiso ambiental y el programa de ahorro de bolsas plásticas en Bogotá.
- Revista Dinero. Reconocimiento por estar entre las empresas con mejor reputación en Colombia, ocupando el puesto 11 en el ámbito nacional. Julio 19 de 2012.
- Campaña Temporada de Casa 2012 (Préstale la casa al tino) Festival Iberoamericano de Publicidad / FIAP (Miami y Buenos Aires): 1 Sol de Plata – Categoría: Media Advertainment 1 Sol de Bronce – Categoría: Promo y Marketing Directo / Festival el Sol de Iberoamérica – España (Bilbao): 1 Finalista – Categoría: Promo Festival el Dorado (Cannes Lions Official Representation): 1 Oro – Categoría: Promo & Activation.
- Calificación AAA. El 19 de julio 2012 BRC Investor Services S.A. S.C.V. recibimos la calificación de AAA (col) a la emisión de bonos ordinarios Homecenter.
- Certificación tienda Homecenter Manizales LEED. Categoría Gold. Nuestras tiendas Homecenter y Constructor de la ciudad de Manizales fueron galardonadas con la primera certificación LEED® New Construction – Retail de Latinoamérica en el nivel Oro, convirtiéndose en el décimo proyecto del mundo en obtener una certificación en esta categoría y nivel.
- Certificación NTC 1335 Pinturas al agua tipo emulsión.
- Aporte al bienestar de los colombianos. Reconocimiento a Homecenter como marca que aporta bienestar a los colombianos. Segundo lugar en el reconocimiento Meaningful Brands del grupo mediático Havas Media.



Nuestro compromiso con la sostenibilidad



Cada vez el entorno mundial exige que las empresas sean económicamente viables, socialmente responsables y ambientalmente sostenibles, por ello en cumplimiento con este compromiso, en Sodimac Colombia nos hemos caracterizado por ceñirnos a estrictos lineamientos éticos y regirnos por una gestión responsable. Con este fin, adoptamos el modelo de responsabilidad social como una herramienta estratégica y transversal, que amplía este enfoque hacia la gestión de las dimensiones económica, medioambiental y social.

Por medio de nuestra política, desarrollamos e implementamos programas sociales de alto impacto, que generan un valor agregado para los grupos de interés con los que interactuamos –accionistas, empleados, clientes, proveedores, medio ambiente, gobierno y comunidad–, más allá del cumplimiento estricto de la ley, garantizando un equilibrio entre lo filantrópico y lo económico, buscando sostenibilidad, vinculación y sensibilización de los empleados, y el reconocimiento por parte de nuestros clientes.

Como complemento de este compromiso con la responsabilidad social, a

través de sus casas matrices Organización Corona y Sodimac Chile, nuestra compañía se adhiere a estándares internacionales como el Pacto Global de las Naciones Unidas y la nueva norma ISO 26.000, en aras de suscribir a este tipo de lineamientos que van en pos de un permanente desarrollo sostenible.

ISO 26.000: Altos estándares de sostenibilidad

Para materializar el compromiso con la sociedad, nuestra compañía ha venido estableciendo un modelo de responsabilidad social, basado en un sistema PHVA —planear, hacer, verificar y ajustar—, en los lineamientos de la guía ISO 26.000 y en los parámetros estipulados por el Global Reporting Initiative (GRI).

En consecuencia, en Sodimac Colombia realizamos un diagnóstico en este campo, el cual permite determinar las fortalezas y oportunidades de mejora en esta materia, respecto al cumplimiento de este estándar internacional ISO 26.000. Esto posibilita además tener un panorama específico sobre el estado actual de la RSE.





► **Materias fundamentales de La Responsabilidad Social**



El diagnóstico incluyó la revisión de las *materias fundamentales* –gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, prácticas justas de operación, medio ambiente, asuntos de consumidores, y participación activa y desarrollo de la comunidad–, así como de los *principios* –rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los in-

Para materializar el compromiso con la sociedad, nuestra compañía ha venido estableciendo un modelo de responsabilidad social, basado en un sistema PHVA: planear, hacer, verificar y ajustar.



Rendición de cuentas: Garantía de transparencia

Sodimac Colombia considera la rendición de cuentas como uno de sus principios orientadores en aspectos de transparencia y respeto a los intereses de las partes interesadas; de igual modo hace especial énfasis en todas aquellas acciones para reconocer cómo estas partes interesadas pueden afectar en forma significativa las actividades de la organización.

Por esta razón este informe constituye el primer paso en la búsqueda de la compañía por rendición de cuentas en los aspectos económico, social y medioambiental.

tereses de las partes interesadas, respeto a la ley, respeto a la normativa internacional de comportamiento, y respeto a los derechos humanos.

Respecto a las siete materias fundamentales, los temas en los que demostramos mayor fortaleza en el diagnóstico fueron: prácticas laborales, y participación activa y desarrollo de la comunidad; los temas en los que presentamos mayor oportuni-

dad de mejora fueron: medio ambiente y gobernanza.

En cuanto a los siete principios, los ítems en que mejor desempeño tuvimos fueron: comportamiento ético, respeto a la ley y respeto a la normativa internacional de comportamiento; los ítems en los que se encontraron mayores oportunidades de mejor fueron: rendición de cuentas y transparencia.

A partir de los resultados obtenidos establecimos el plan de acción que nos permitirá cerrar brechas y continuar consolidándonos como una empresa sostenible.

Modelo de gestión

Nuestro modelo de gestión de Responsabilidad Social en Sodimac Colombia está conformado por seis pilares, que agrupan las variables económicas, sociales y ambientales. Este modelo responde a las necesidades de los grupos de interés con los cuales interactuamos y se aplica a través de programas que responden a los propósitos de cada pilar.

► Pilares de Responsabilidad Social

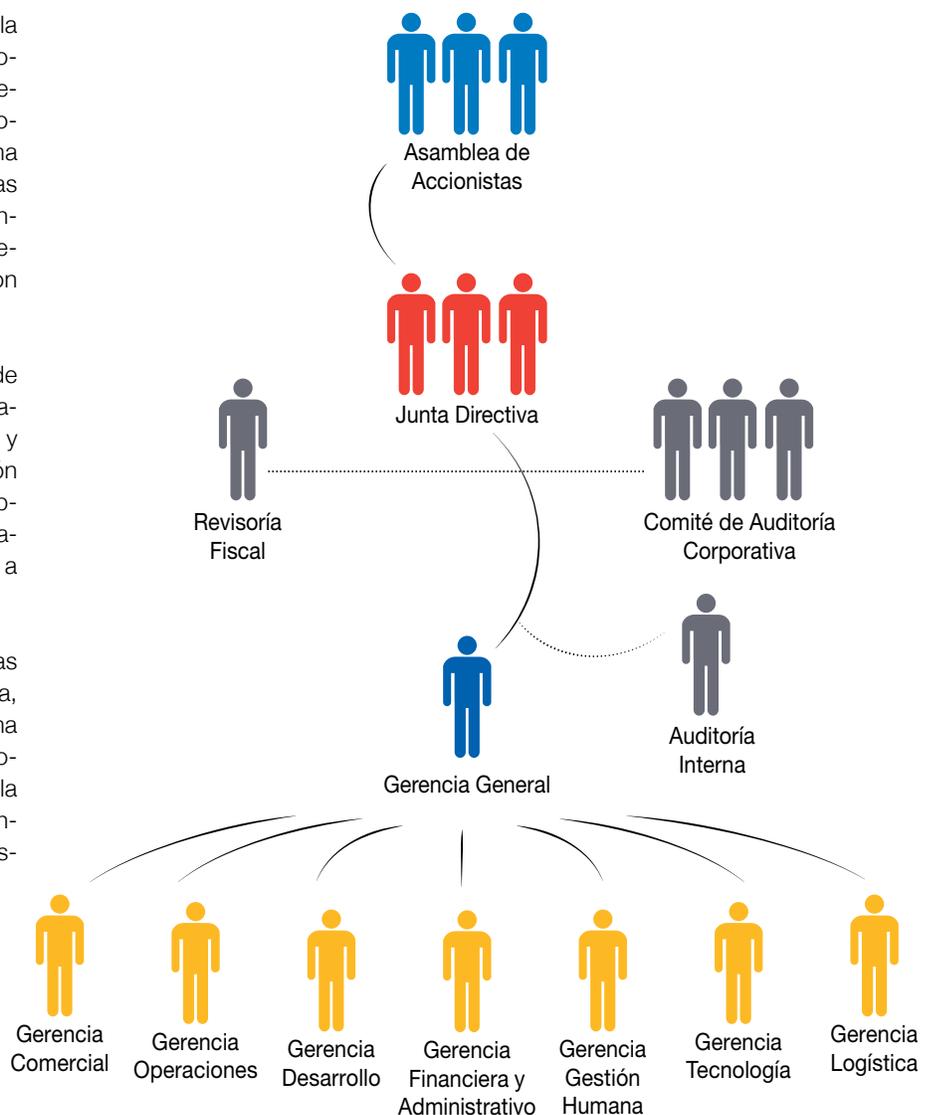


Gobierno corporativo y ética empresarial

En Sodimac Colombia garantizamos la transparencia como parte del compromiso con el desarrollo sostenible, mediante la estructura de gobierno corporativo y ética empresarial. De esta forma asumimos esta estrategia en nuestras actuaciones organizacionales, generando confianza, admiración, respeto y credibilidad con los grupos de interés con los que interactuamos.

Este sistema consiste en el conjunto de normas, prácticas y políticas que, guiadas por los principios éticos, valores y cultura corporativa, regulan la actuación de nuestra compañía, sus filiales y subsidiarias, y los correspondientes órganos de administración y control frente a nuestros distintos grupos de interés.

Como una de las unidades estratégicas de negocio de la Organización Corona, desde 2012, nuestra compañía forma parte integral del sistema único de gobierno corporativo, el cual asegura la gestión de los negocios y la transparencia de las actuaciones de los administradores y los colaboradores.



Principios e instrumentos

En Sodimac Colombia incorporamos la ética empresarial como un factor estratégico de las relaciones con los grupos de interés y disponemos de diversos canales que permiten a estos grupos reportar dudas e inquietudes relacionadas con la gestión ética.

El sistema de Gobierno Corporativo configura un abanico de herramientas –Código de Ética o de Buen Gobierno, Comité de Ética y líneas éticas–, que traducen nuestros principios y los valores al diario quehacer en la gestión de los negocios, y a la manera como se establecen las relaciones con los colaboradores, con los proveedores y con los clientes.

▶ Ética empresarial en Sodimac Colombia

SODIMAC

Traduce nuestros principios y valores de Sodimac Colombia.
Compromiso de honestidad e integridad como principio no negociable de nuestro actuar corporativo.

COLABORADORES

Prácticas laborales justas
Salud y seguridad
Equidad y no discriminación

PROVEEDORES

Participar del compromiso con la ética empresarial compartiendo altos estándares de conducta y siendo ejemplo para los demás. Refuerzo a través del Manual de Ética de nuestra convicción de responsabilidad social y lucha contra la corrupción.

CLIENTES

Cumplimiento
Propuesta de valor.
Entrega de información precisa y fidedigna de sus productos.

¡LA ÉTICA EMPRESARIAL
UN COMPROMISO
DE TODOS!





Herramientas éticas

El Comité de Ética, integrado por el equipo de gerencia, tiene a su cargo el análisis y la toma de decisiones sobre los reportes de conflicto de interés y acoso laboral; al mismo tiempo que fija las directrices y criterios frente a los casos reportados.

Por su parte, el Código de Ética describe el clima ético que aspiramos alcanzar como compañía y para ello, integra la reflexión, la experiencia y la práctica de una organización perdurable que se ha convertido en un importante referente en la ética empresarial. Sus contenidos constituyen una guía de desempeño y comportamiento y proporcionan orientación.

Contamos con diversos canales que permiten a los distintos grupos de in-

terés reportar dudas e inquietudes relacionadas con la gestión ética. Todos los colaboradores de la compañía en el momento de su ingreso, se comprometen a cumplir con este conjunto de normas y diligencian el formato de reporte de conflicto de interés y el compromiso para su cumplimiento.

Como compañía contamos con un Código de Buen Gobierno, el cual estipula, entre otros aspectos, la prevención, el manejo y la divulgación de los conflictos de interés entre accionistas y directores, administradores o altos funcionarios, y entre accionistas controladores y los accionistas minoritarios; la identificación de posibles riesgos de los estados financieros, los que debe dar a conocer a sus accionistas e inversionistas; la supervisión de la efectividad del sistema de control in-

terno; y el cumplimiento de las normas sobre buen gobierno.

Los anteriores mecanismos se complementan con las líneas éticas, que establecen el procedimiento para la denuncia de acciones frente a conflictos de interés y la obligación de reportar los casos en que se incurra en prácticas de anomalías no admitidas por la compañía, tanto para colaboradores como para proveedores. Estas líneas son: [codigodeetica@homecenter.com.co] y [defensoriadelproveedor@homecenter.com.co].

De manera adicional, existe otra línea [seamosintegros@corona.com.co] la cual es administrada directamente por los auditores de la compañía (*Audilimited*), quienes brindan soporte y ayuda a las consultas de los colaboradores, con independencia y autonomía.





Mejoramiento de la calidad de vida: nuestros colaboradores

En Sodimac Colombia nuestros colaboradores son parte esencial de la compañía, pues estos hacen posible el cumplimiento de los objetivos misionales y la realización de las metas propuestas año tras año.

Nuestra compañía busca retribuir a la sociedad mejores personas a través del ofrecimiento de un trabajo digno, que desarrolle su talento y mejore su calidad de vida, como uno de los pilares de nuestra política de Responsabilidad Social.

Por esta razón, hemos establecido una serie de pasos para contar con el mejor talento humano en las áreas de trabajo; generando un ambiente laboral adecuado, cómodo y acorde para el óptimo desarrollo de las actividades de todo el personal, con el fin de que puedan disponer de un entorno seguro y saludable.

Somos conscientes que este debe ser un proceso continuo, que se encuentra unido a la planeación eficiente de los recursos, seguido a los adecuados procesos de selección y reclutamiento, y a la

continua formación y desarrollo profesional de los empleados.

Desarrollo de talento humano

En Sodimac buscamos atraer, desarrollar y retener el talento humano de categoría mundial; es por eso, que procuramos promocionar el propio talento como premisa fundamental. Para aquellos cargos que, por su especialidad u operatividad, no es viable hacerlo, se procede a una selección externa.

El proceso de selección en Sodimac lo realizamos mediante una evaluación que incluye pruebas, entrevistas y *assessment* que busca encontrar candidatos con el ajuste a competencias, valores y cultura organizacional requeridos, enmarcados en un modelo de competencias establecido por nuestra compañía.

Buscamos gente que se ajuste a la cultura Sodimac, que se caracterice por ser líderes, comprometidos, con espíritu de servicio, que se sienta orgullosa





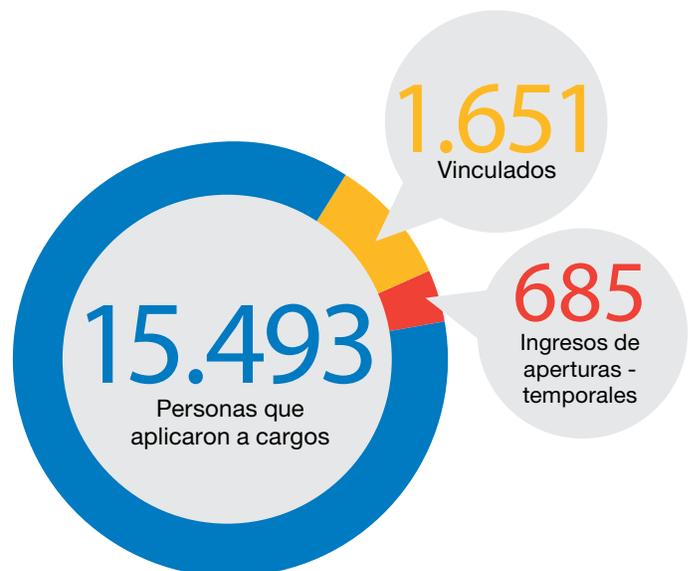
de pertenecer, que le encante las ventas y esté dispuesta a construir sueños. Nuestra gente Sodimac debe evidenciar conductas asociadas a las competencias organizacionales y del cargo que desempeña; debe encontrar en nuestra compañía un marco para vivir acorde e identificados con nuestros valores.

En nuestra compañía laboran cerca de 6.200 colaboradores altamente calificados, de los cuales, a diciembre de 2012, 5.834 corresponden a colaboradores directos; de éstos, 5.000 se desempeñan en jornada completa. Por otro lado, finalizamos 2012 con 98 colaboradores del programa Manos Capacitadas, que se detalla más adelante. La rotación de nuestra compañía estuvo en índices del 22,92%. De acuerdo a la nueva fórmula del indicador de rotación para el año 2012, el resultado fue 24,28%.

Para lograr el cumplimiento de la estrategia en Sodimac Colombia es fundamental contar con personal altamente competente, razón por la que el

proceso de selección es bastante exigente. En 2012 aplicaron 15.493 personas para diferentes cargos, de los cuales se vincularon aproximadamente 1.651, sin contar los cargos de personal de base de las aperturas de los 5 nuevos almacenes, que representan 685 personas contratadas por la empresa temporal.

Como parte de la política de selección de personal, una de las premisas de nuestra compañía es la promoción del talento interno a cargos de mayor exigencia profesional y laboral. Cerca de 180 colaboradores fueron promovidos en 2012 en los niveles de Gerencia, Jefaturas, Coordinaciones y Analistas, lo que representa un incremento del 36% frente al 2011.





Diversidad e inclusión: Manos Capacitadas

En Sodimac Colombia proporcionamos, con este programa, alternativas de trabajo a la población en situación de discapacidad física, cognitiva o sensorial, mediante la vinculación laboral a nuestra compañía. Con esta iniciativa beneficiamos a 93 personas, en 13 ciudades, que desempeñan sus funciones en 29 tiendas de Homecenter y Constructor.

En la búsqueda de la sostenibilidad del programa, velamos por el buen desempeño de esta población en su vida laboral, brindándoles acompañamiento y seguimiento en el proceso de adaptación, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida. Hacemos acompañamiento y seguimiento de su trabajo, reforzamos competencias y habilidades como trabajo en equipo, comunicación asertiva, resolución de conflictos y formación en proyecto de vida, así como refuerzo en seguridad industrial y salud ocupacional.

Con este tipo de vinculación, desde 2007, en Sodimac Colombia marcamos un hito en Colombia por ser la prime-

ra empresa en poner en práctica este tipo de inserción al mercado laboral de personas con limitaciones, con contratación laboral directa con la compañía.

Para el desarrollo de este programa hemos realizado alianzas con fundaciones especializadas en el manejo de la discapacidad, entre las que se cuentan: Fundación Teletón, para el manejo de la discapacidad física y sensorial; y Best Buddies, para el de la discapacidad cognitiva.

Estas personas en situación de discapacidad son vinculadas con contrato de trabajo directo, garantizando así un trato igual al de cualquier colaborador. Reestructuramos todos los procesos internos de la compañía (selección, contratación, inducción, sensibilización, entrenamiento, desarrollo), para garantizar las condiciones en equidad de estos colaboradores.

También participan en los grupos focales de Servicio al Cliente y de proyecto de vida, al igual que en el diseño y la planeación de la adaptación del programa Ícaro incluyendo que se detalla más adelante.



Cultura y clima organizacional

La construcción de ambientes que permitan el fomento de los procesos creativos, innovadores y de satisfacción por parte de los colaboradores en el lugar de trabajo, es otro énfasis que hacemos como compañía para el buen clima laboral con nuestros colaboradores.

Como parte de nuestra Responsabilidad Social Sodimac, está que los colaboradores se desarrollen en un buen ambiente laboral; además existe la conciencia que solo en un clima sano las personas podrán dar lo mejor de sí y contribuir de manera significativa con los resultados de nuestra compañía. Para ello, y de manera anual, realizamos la encuesta de evaluación de Ambiente Laboral que mide, bajo sus tres grandes dimensiones (confianza, camaradería y orgullo), este aspecto. Esta medición la hacemos bajo la metodología del proveedor Great Place to Work Institute, el cual es un centro de investigación y consultoría, reconocido como una autoridad mundial en esta materia.

Con los resultados, realizamos un plan de mantenimiento en aquellos aspectos que la gente está percibiendo como sobresalientes, así como un plan de mejoramiento a los susceptibles de modificar. Este plan está enfocado en reforzar aspectos como credibilidad de los líderes (comunicación, delegación, honestidad, confiabilidad); respeto de los líderes (desarrollo, reconocimiento, participación, entorno, vida personal); imparcialidad de los líderes (equidad, justicia, apelación); camaradería (sentido de equipo, fraternidad, hospitalidad); orgullo (por el trabajo, la empresa y el equipo); credibilidad y aceptación de los líderes frente a su liderazgo; aceptación de las prácticas de la organización a las personas; imparcialidad percibida en los líderes y compromiso de estos con la equidad; camaradería e inteligencia emocional en los colaboradores y de los grupos entre sí; y trabajo en equipo.

De igual forma realizamos encuestas internas de validación con el fin de mirar la tendencia de mejoramiento y ajustar los planes de acción durante el ciclo de gestión de clima.

En 2011 obtuvimos un resultado de 60,4 que corresponde al nivel insuficiente, mientras que en la medición de 2012 obtuvimos un resultado de 70,1 pasando al nivel satisfactorio.

Medición clima laboral - GPTW

Año	2012	2011
Puntaje	70,1	60,4





► Focos estratégicos del bienestar

Actividad física y salud



Estimular y preservar una mejor condición física de los colaboradores (modalidades deportivas de carácter formativo, salud preventiva y seguridad laboral).

Recreación e integración



Fortalecer las relaciones de grupo y la comunicación entre nuestros colaboradores.

Apoyo núcleo familiar



Promover acciones que contribuyan a un mejor bienestar en el núcleo familiar de los colaboradores fortaleciendo su estabilidad personal y el desarrollo familiar.

Capacitación



Promover el desarrollo personal y el mejoramiento del nivel educativo de los colaboradores.

Beneficios



Optimizar el uso de los beneficios existentes promoviendo su divulgación, entendimiento y aprovechamiento racional y eficiente.

Comités de participación



Espacios diseñados para comunicar y participar activamente en los temas del día a día en las tiendas.

Bienestar de los colaboradores

Las iniciativas de bienestar buscan el desarrollo integral de nuestros colaboradores, promoviendo el fortalecimiento de los valores individuales, familiares y comunitarios, mediante programas educativos, culturales, sociales, deportivos y de acompañamiento personal, todo ello articulado a los principios y directrices de nuestra compañía.

En cumplimiento de este propósito, somos conscientes que más allá de la disciplina laboral y el compromiso con el trabajo, el ser humano tiene necesidades físicas, mentales, sociales, emocionales y espirituales. De ahí que hemos puesto en marcha todo un plan para garantizar el mejor bienestar de los colaboradores y sus familias, a través de nuestro modelo de Calidad de Vida.

En este objetivo, cumplen un papel importante la Caja de Compensación Familiar y nuestro Fondo de Empleados (FONSODI). A través de estos aliados generamos un plan de trabajo y canalizamos varias de las actividades de Bienestar, buscando abarcar distintos frentes: educación, recreación, salud, entre otros.



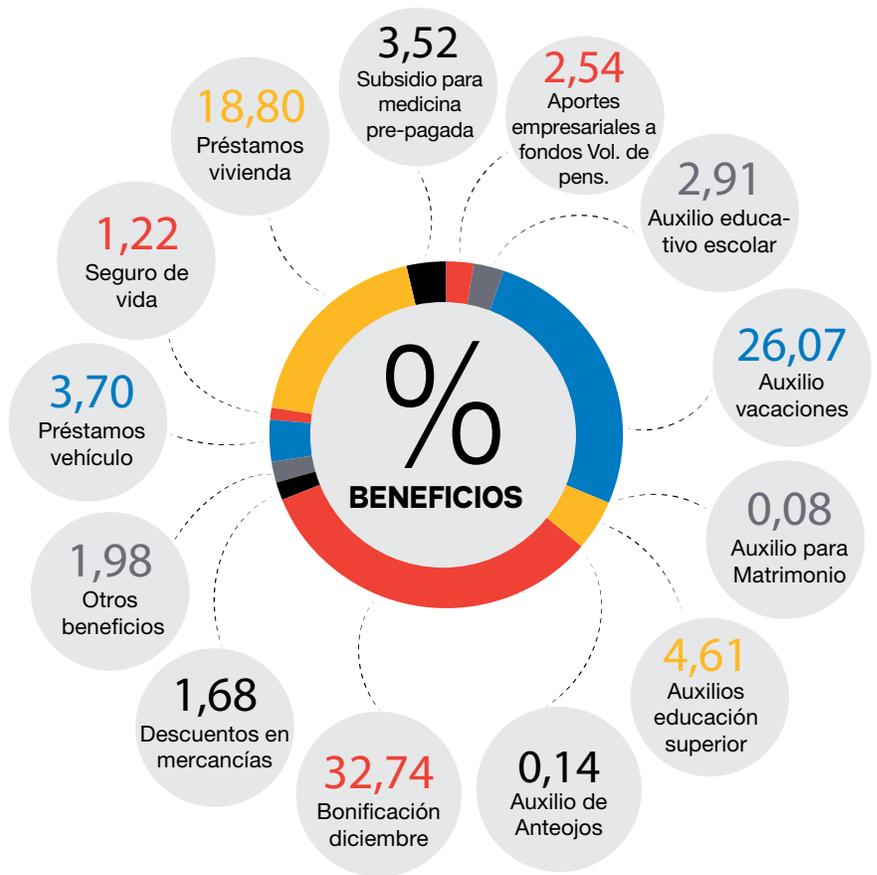
Beneficios sociales

Como compañía hemos diseñado un plan de beneficios sociales para que los colaboradores y sus familias los puedan aprovechar, mejorar su calidad de vida y contar con diferentes alternativas para su bienestar.

Este abanico de beneficios está compuesto por préstamos personales, para vivienda, calamidad o emergencias y condonados para educación; todos ellos con bajas tasas de interés. Así mismo, otorgamos facilidad para adquisición de vehículos y un sólido plan de seguros (de vida, para el hogar y para automóviles).

Estos beneficios también están acompañados de auxilios de nacimiento para hijos de nuestros colaboradores; para adquisición de lentes; y auxilios funerarios en caso de fallecimiento de los colaboradores o sus familiares cercanos; bonos de matrimonio; descuentos especiales en la compra de productos en la tienda para uso del colaborador en su hogar; así como un amplio plan adicional de beneficios legales y extra-legales, como primas de navidad y vacaciones.

En el 2012 entregamos en beneficios un total de **\$15,222,636,794**





Todas las acciones de formación de nuestra compañía se encuentran enmarcadas dentro de nuestra Escuela de Excelencia Sodimac,

Formación y educación

En Sodimac Colombia los procesos de formación son vitales para el cumplimiento de la estrategia y el desarrollo, y la retención de los colaboradores.

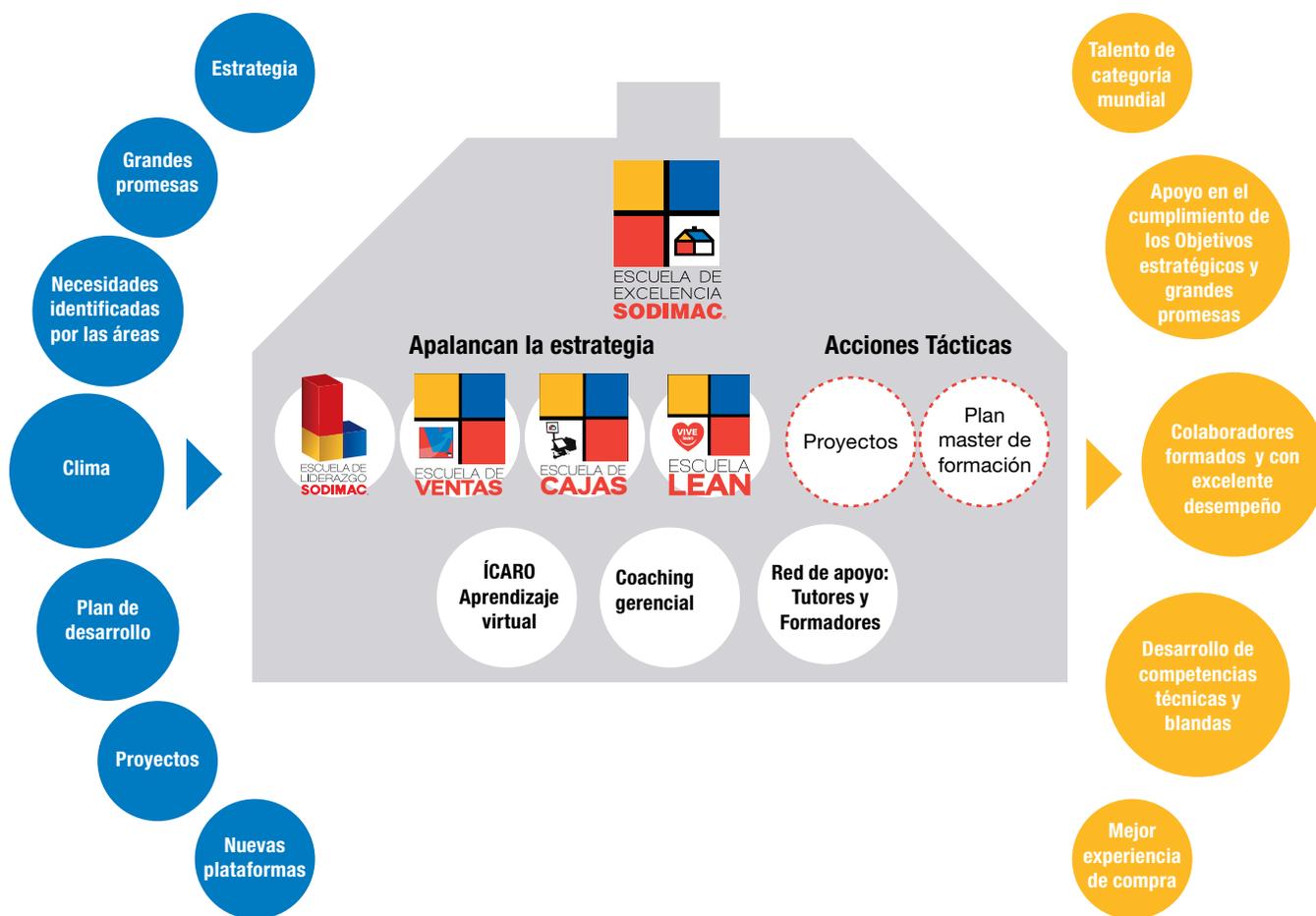
Todas las acciones de formación de nuestra compañía se encuentran enmarcadas dentro de nuestra **Escuela de Excelencia Sodimac**; allí encontramos acciones estratégicas y tácticas que buscan el desarrollo de nuestros colaboradores para su desempeño exitoso y así lograr nuestras grandes promesas.

Este proceso ha permitido tener colaboradores profesionales, expertos y listos para asumir los nuevos retos.

Dentro del modelo contamos con escuelas fundamentales para el logro de los objetivos y grandes promesas de nuestra compañía. Cada una de ellas tiene un pènsum avalado y una certificación que lleva a la experticia de los colaboradores.

Durante 2012 realizamos 368.936 horas de formación, entre presenciales y virtuales, cubriendo al 100% de nuestra población.

Escuela de Excelencia Sodimac



▶ Horas de formación

2011			2012		
Horas utilizadas	N° de trabajadores	N° medio de horas	Nivel	N° de trabajadores	N° medio de horas
83.512	1.133	74	Nivel 0	1	8
24.676	504	49	Nivel 1	7	400
19.859	383	52	Nivel 2	70	8.323
373.386	11.401	33	Nivel 3	667	36.645
6.677	241	28	Nivel 4	546	48.652
508.110	13.662	37	Nivel 5	4.543	274.910
			Totales	5.834	368.938



Escuela Lean está enfocada a los procesos de innovación y mejoramiento continuo de alto impacto. Está dirigida a todos los colaboradores y liderada por el equipo de Procesos, así como por capitanes Lean que se encuentran en cada una de las localidades de nuestro negocio.

En 2012 formamos 7.590 horas con una cobertura de 6.105 personas, en temas como LEAN básico, gestión del desperdicio, 5s entre otras.



La **Escuela de Liderazgo** tiene como objetivo contar con líderes que vivan y hagan sentir los atributos del “Líder Sodimac”, partiendo de la premisa que todos en el negocio son líderes, iniciando por sus propias vidas y con la definición de tres niveles: individual, de grupo y gerencial.

En el año 2012 logramos estos avances:

▶ Avances 2012, Escuela de Liderazgo

Materia	N° de colaboradores	Total horas presenciales	Total horas virtuales	Total horas de formación
Proyecto de vida	610	4.880		4.880
Gerenciamiento de Compromisos	504	4.032		4.032
Alcanzando mis objetivos y los de mi equipo	519	4.152	561	4.713
Contruyendo el mejor lugar para trabajar	29	232		232
Intervención Consultoría Humana	981	457		457
Total				14.314





Escuela De Cajas está enmarcada dentro del proceso fundamental de servicio y operación al cliente, a través de un laboratorio de cajas. Esta tiene una intensidad de 32 horas teóricas y 88 de práctica

En 2012 para las nuevas aperturas, formamos 110 Cajeros en Valledupar, Santa Marta, Palmira y Barranquilla Centro para un total de 11.826 horas de formación presencial. Logramos cero errores en cajas en la primera semana de apertura de las nuevas tiendas.

Fortalecimos el proceso de formación de nuestros cajeros antiguos donde 447 colaboradores aprobaron en la escuela, con 7.152 horas de formación presencial.



La **Escuela de Ventas**, desarrolla competencias y habilidades enfocadas a garantizar una experiencia de compra memorable, desarrollando temas como conocimiento de producto, procesos, servicios y técnicas de ventas.

En 2012 lanzamos la Escuela de Ventas para el canal de ventas de Homecenter, capacitando así a más de 1.400 vendedores con aproximadamente 10.000 horas de formación.

De igual manera, y dentro de La Escuela de Excelencia Sodimac, se encuentra un **Master Plan de Formación** con el que formamos y desarrollamos en aquellos programas que son fundamentales para el negocio y/o para desarrollar competencias diferenciales en los colaboradores. Dentro de algunos programas podemos mencionar: Diplomado estratégico de Retail; seminario de Negociación; patrocinio a MBA con instituciones extranjeras; patrocinio en la profesionalización de nuestros colaboradores por medio de la Universidad EAN; Ferias de Conocimiento de nuestros productos y servicios para los vendedores, apoyada por los proveedores; cursos y seminarios para el desarrollo de habilidades técnicas específicas; programas enfocados a Salud Ocupacional y Seguridad Industrial como Manejo de Alturas y montacargas; entre otros.



Ícaro virtual

Para todo esto, en la Escuela de Excelencia Sodimac tenemos metodología presencial, virtual (para esta última contamos con una plataforma propia denominada Ícaro) y mixta que permite mayor cubrimiento dado la dispersión geográfica de nuestros almacenes.

En 2012 realizamos aproximadamente 21.000 horas de navegación en nuestra plataforma corporativa, Ícaro, y aproximadamente 60.000 en otras plataformas donde, de igual manera, realizamos formación virtual en programas como carreras profesionales con la universidad EAN y maestrías con ISEAD.

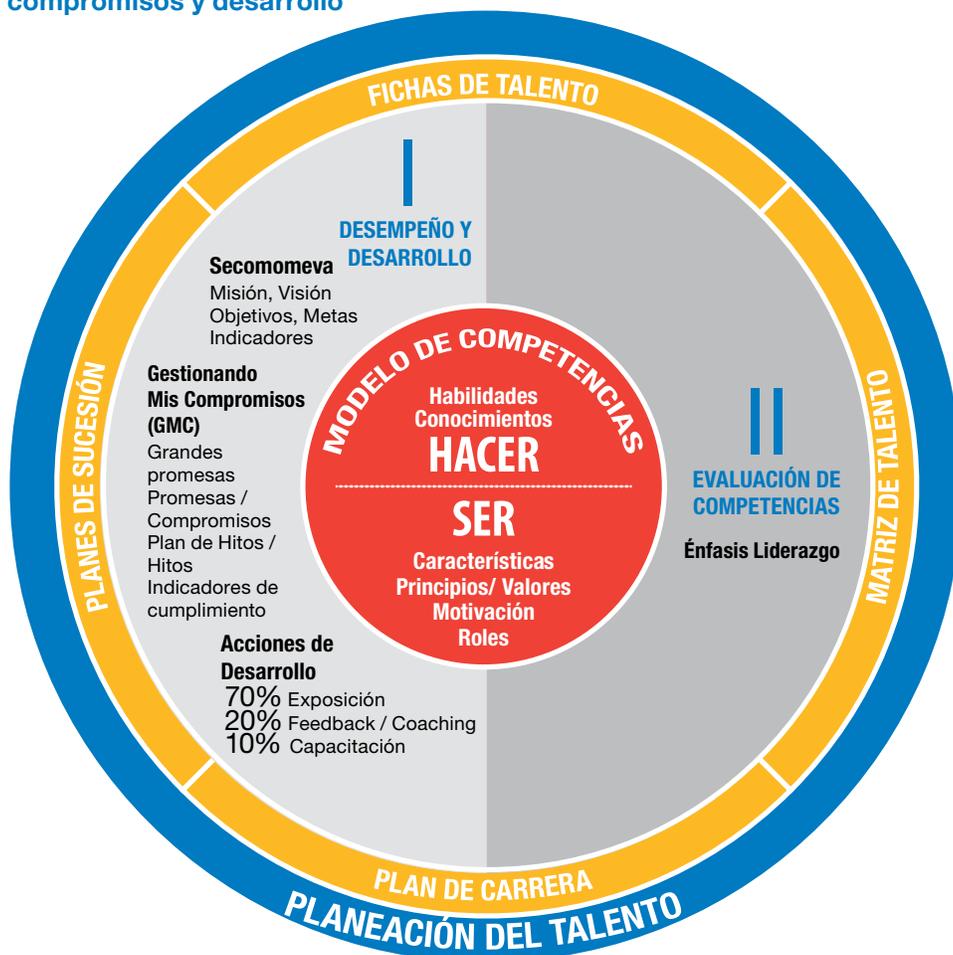
Para algunos de estos programas, en 2012, al igual que en los últimos seis años, contamos con el apoyo del Sena, mediante un convenio de co-financia-

ción que parte de los aportes parafiscales y que apoya a las compañías en formación especializada. Gracias a este convenio logramos realizar acciones de nuestro plan master y de nuestras escuelas.

Evaluación de desempeño – SECOMOMEVA

Como parte de nuestro Modelo de Desarrollo de Talento Humano, lo definido organizacionalmente como Evaluación de Desempeño, en Sodimac lo denominamos “Gestión del Desempeño para el Desarrollo”. Con este proceso buscamos alinear los objetivos organizacionales con el desempeño individual del colaborador, así como las competencias y valores que necesita tener para llegar a esos estándares de resultados.

► Modelo de desarrollo de talento humano Gestión de compromisos y desarrollo



Etapas de la evaluación del desempeño

Este proceso del GDD tiene tres etapas que nos permitirán cumplir con los objetivos para garantizar un buen desempeño de nuestros colaboradores, como son: el plan de desempeño, el plan de desarrollo personal y la evaluación de competencias.

- El plan de desempeño se basa en el cumplimiento de una serie de objetivos, metas, indicadores e iniciativas que le garantizan al colaborador cumplir con sus objetivos para un mejor desempeño en las responsabilidades que son de su competencia.
- El plan de desarrollo es de tipo personal y le permitirá al colaborador llegar a los retos que se ha propuesto (enmarcado en su proyecto de vida), a través del reconocimiento de sus “recursos” y de una firme intención de trabajar en sus transformaciones del “ser “ y el “hacer”, con acciones definidas que lo lleven al cumplimiento de sus objetivos.
- La evaluación de competencias, por su parte, es un instrumento que le permite al jefe-líder recopilar en un mismo sitio todos los aspectos a tener en cuenta para evaluar el desempeño y potencial de sus colaboradores, lo que constituye un gran insumo para establecer la radiografía del talento humano de la compañía.



En la compañía contamos con 3.642 colaboradores con evaluación de desempeño y desarrollo, de los cuales 965 cuentan con SCMV y 2.677 con GMC.

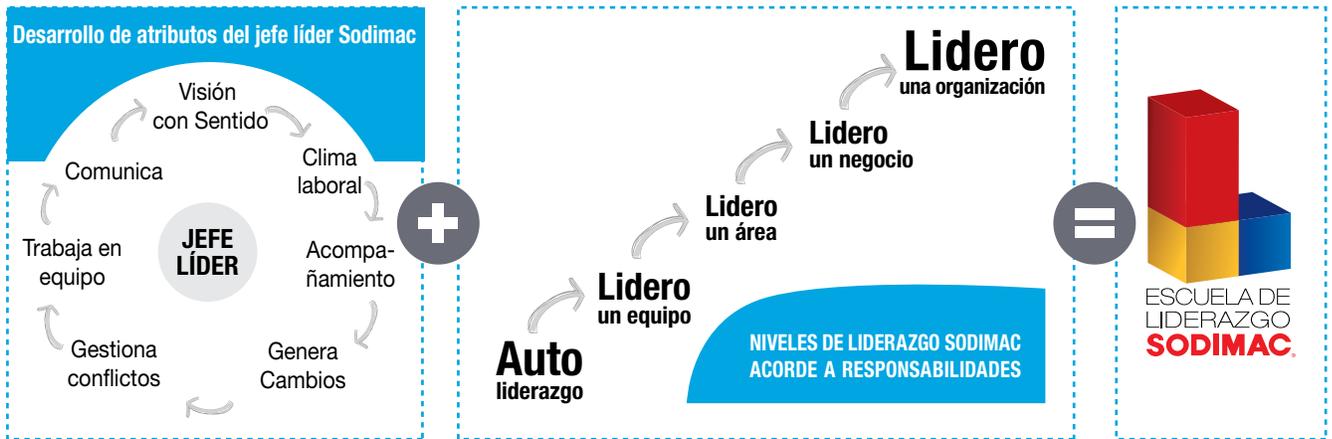
El Plan de Desempeño y Desarrollo evidencia los objetivos que tiene que alcanzar el colaborador, así como las acciones que tiene que realizar para potencializar su desarrollo. La evaluación la hacemos una vez al año, permitiendo al colaborador y al jefe hacer seguimientos cuantas veces lo consideren necesario. La realizamos mediante una plataforma tecnológica propia, denominada SECOMOMEVA (SCMV), que aplica para Gerentes, Jefes, Coordinadores, Analistas y Ejecutivos de Venta a Empresa. De igual forma contamos, para el personal base, con una nueva herramienta denominada Gestionando mis Compromisos (GMC) con la cual realizamos la evaluación de desempeño y hacemos acompañamiento al desarrollo de las competencias organizacionales y funcionales de su cargo.

Desde 2012 definimos un énfasis especial en liderazgo, relacionado con los niveles de contribución esperados para cada cargo. Las características de un buen líder fueron condensadas en siete atributos que son: construir visión con sentido; propiciar un clima laboral armónico; acompañar a sus colaboradores; generar cambios; solucionar conflictos en forma constructiva; promover el trabajo en equipo; y comunicar en forma asertiva.

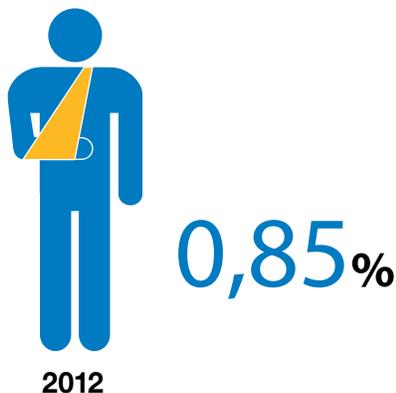
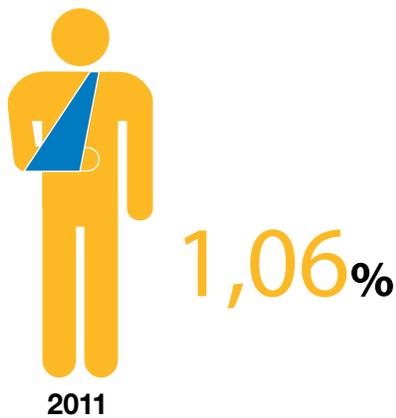
En la compañía contamos con 3.642 colaboradores con evaluación de desempeño y desarrollo, de los cuales 965 cuentan con SCMV y 2.677 con GMC.

De igual forma, cerramos el 2012 con 792 colaboradores con evaluación de la competencia de liderazgo.





► Índice de lesiones incapacitantes (ILI)



Salud y seguridad

Brindar ambientes sanos y seguros para el óptimo desarrollo de nuestras labores diarias, así como prevenir y mitigar los riesgos que se puedan presentar, es uno de los objetivos del mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores en Sodimac Colombia.

En cumplimiento de ese propósito nos encontramos comprometidos con el desarrollo y cumplimiento de las actividades necesarias para prevenir la ocurrencia de accidentes y enfermedades profesionales, relacionadas con las funciones de cada uno de nuestros colaboradores y personal contratista.

En ese sentido, buscamos establecer un Sistema de Gestión en Seguridad Industrial y Salud Ocupacional (SISO) que garantice la puesta en práctica de los lineamientos legales vigentes y de nuestra organización, logrando de esta manera las mejores condiciones de trabajo.

A su vez, hemos buscado mantener el bienestar y seguridad de todos los colaboradores en el desarrollo de sus labores, y de los clientes durante su visita a las tiendas, mediante la identificación, el análisis y la priorización de los factores de riesgo asociados a la operación de nuestra compañía en cada uno de los centros de trabajo, para llegar a un clima organizacional sano y seguro.

Gracias a la puesta en práctica de esta política, el índice de lesiones incapacitantes (ILI) en 2012 bajó a 0,85 en comparación con 1,06 de 2011.

Promoción y prevención de la salud

En desarrollo de la política de salud realizamos en 2012 una serie de actividades de promoción y prevención de la salud en aspectos de brigadas de emergencia, seguridad industrial y medicina preventiva.





► Representación Copaso

4

Representantes elegidos por la empresa



4

Representantes elegidos por colaborador:



50%
50%

Entre dichas actividades hemos llevado a cabo capacitaciones a los brigadistas; simulacros en casos de emergencias con las autoridades locales de las ciudades donde operan nuestras tiendas; elaboración y diseño de matrices de riesgos y sus medidas de prevención; jornadas de información sobre preparación del cuerpo para levantamiento de cargas; capacitación sobre manipulación de máquinas y de herramientas; operación segura de montacargas; y formación en los lineamientos del SISO.

Comités de seguridad y salud

Fieles a la política de brindar un ambiente sano y seguro, se encuentran constituidos en nuestra compañía dos tipos de comités: Comité Paritario en Salud Ocupacional denominado Copaso, de alcance corporativo y nacional; y los Comités Locales de Salud Ocupacional, denominados Colosos, los cuales operan a nivel local, en todas las tiendas Homecenter y Constructor.

El Copaso tiene bajo su responsabilidad la promoción y la vigilancia de las normas de salud ocupacional al interior de nuestra compañía y debe velar por su cumplimiento en áreas de salud, medicina preventiva, medicina del trabajo, higiene, seguridad industrial, y prevención de riesgos.

Se le denomina paritario porque está integrado por el mismo número de representantes tanto de la compañía como de los empleados, con el mismo número de suplentes. De acuerdo a la cantidad de colaboradores de la compañía, nuestro COPASO está conformado por cuatro representantes elegidos por los colaboradores y cuatro elegidos por la empresa, con sus respectivos suplentes.





Tasas de siniestralidad, accidentalidad y ausentismo

En Sodimac Colombia hemos prestado especial atención a la disminución de los riesgos por concepto de las tareas propias del trabajo, y hemos puesto nuestro empeño en disminuir los índices de siniestros, accidentes y ausentismo, obteniendo resultados favorables.

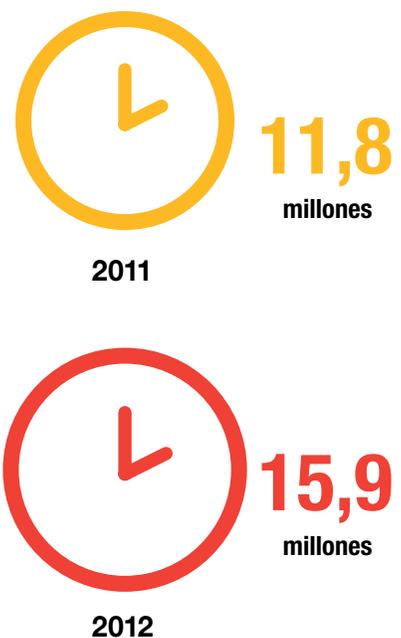
En este aspecto hemos adelantado numerosas actividades de prevención e información a los empleados de la compañía para evitar los accidentes de trabajo. Así mismo, previniendo los casos en que estos se puedan producir, hemos impartido formación para hacer frente a las situaciones; hemos dispuesto operativos de atención, cuidado y tratamiento para nuestros colaboradores; y hemos brindado atención inmediata por parte de médicos especialistas en estos casos.

Los esfuerzos realizados en este campo muestran sus frutos, pues los indicadores de salud y seguridad industrial registran resultados favorables en 2012 con relación a 2011. Aumentamos las horas/hombre trabajadas en el año al pasar de 11,8 millones en 2011, a un poco más de 15,9 millones en 2012. La reducción en el número total de días de incapacidad laboral, por concepto de enfermedades generales, enfermedades profesionales y accidentes de trabajo, bajó de 26.795 en 2011, a 18.933 en 2012, representando una reducción superior a 7.800 días de incapacidad.

A estos resultados positivos, además, se agregan los cero registros en los índices de accidentes mortales.

Finalmente, el índice de ausentismo laboral, que corresponde a los días de incapacidad por motivos laborales y comunes, bajó a más de la mitad al pasar de 545 incapacidades en 2011, a 285 en 2012, por cada 240.000 horas laboradas en cada año respectivamente.

▶ Horas / hombre trabajadas



Contribución a la comunidad

En Sodimac Colombia estamos comprometidos con generar crecimiento, progreso y desarrollo a la sociedad para contribuir a la construcción de un mejor país, en aras de aportar a un mayor desarrollo social en las zonas de influencia aledañas a las tiendas de la compañía.

De esta forma, y en el marco de nuestra estrategia de Responsabilidad Social hemos definido diversos programas, proyectos e iniciativas que propenden por mejorar la calidad de vida de estas comunidades, a través de la integración entre los distintos actores de la sociedad.

En ese sentido hemos tomado iniciativas para ampliar el acceso a productos y servicios para estos sectores, generar ofertas innovadoras, promover la participación de nuestros colaboradores en los programas de voluntariado corporativo, y estrechar alianzas con instituciones con las que compartimos intereses similares.

Por ello, inculcamos en nuestros colaboradores el objetivo de ser buenos ciudadanos corporativos, con vínculo estrecho con la comunidad, aportando al desarrollo y calidad de vida de los habitantes que viven en estas áreas cercanas a nuestras instalaciones.

Alianza con Teletón

En el marco, y como bandera, de nuestras iniciativas de Responsabilidad Social, en Sodimac Colombia nos orientamos por la convicción de que las empresas son actores primordiales en la conformación de un modelo social inclusivo, en el que las personas en condición de discapacidad hacen parte de la economía y de una sociedad diversa con iguales oportunidades para todos.

En este sentido, y para materializar la estrategia de Responsabilidad Social, con enfoque de inclusión, elegimos a Fundación Teletón como aliado estratégico, por su experiencia, larga trayectoria nacional e internacional, equipo humano altamente calificado y su misión vocacional de solidaridad. Es por esto que nuestra compañía es la “Casa de la Teletón”.

Esta alianza aporta varios beneficios, tanto para nosotros como para Teletón, en los siguientes frentes:





Reforzar la inclusión laboral de personas en situación de discapacidad.



Acercar a proveedores y colaboradores para que se unan a esta gran causa nacional y así se consolida su estrategia de marketing social.



Movilizar a miles de colombianos que visitan las tiendas Homecenter y Constructor a través de su solidaridad, mediante la donación de vueltas en las cajas de todas las tiendas a nivel nacional.



Recaudar ingresos para la construcción de Centros Integrales de Rehabilitación en el evento televisivo, a través del aporte empresarial.



Crear un programa que permite ampliar los radios de acción con una metodología propia de efectividad comprobada en el campo del voluntariado.

Fruto de este esfuerzo movilizamos diferentes variables para materializar nuestro aporte. En 2011 se recaudó un total de 831.086.511 millones de pesos, provenientes de aportes de la compañía, clientes, proveedores y de las alcancías instaladas en diferentes puntos. En 2012 realizamos diferentes actividades de recaudación de fondos para contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de miles de personas en condición de discapacidad, preparándonos para el evento Teletón de 2013.



¡Nuevo!

Programa de Voluntariado Corporativo

El programa “Soy Voluntario Sodimac”, creado en 2012, consiste en que nuestros colaboradores, en calidad de voluntarios, donan su tiempo libre, trabajo y talento, para beneficio de actividades sociales de los grupos menos favorecidos, cercanos a los puntos donde nuestra compañía opera. De esta forma, materializamos nuestro compromiso con mayor desarrollo social y bienestar de miles de ciudadanos en condición de vulnerabilidad.

Esta iniciativa posibilita, además, los espacios para que los colaboradores puedan vivir de cerca y materializar nuestro valor corporativo: “Seamos responsables con nuestra sociedad”.

Entre los lineamientos que orientan este programa, se ha definido que las actividades de voluntariado deben inspirarse en los siete valores de la compañía y que el trabajo voluntario no contempla ningún tipo de remuneración por las labores realizadas. Como empresa, jugamos un papel de fomento, impulso, apoyo, coordinación y



evaluación por parte del Área de Responsabilidad Social.

Gracias a esta iniciativa los colaboradores fortalecen su sentido de responsabilidad social; desarrollan sus habilidades de liderazgo y trabajo en equipo; se familiarizan con la política y las acciones de proyección social de nuestra compañía y su identificación

con ella. Además, este tipo de actividades propician un sentimiento de orgullo en ellos mismos y hacia la compañía; mejoran el clima laboral; fomentan la formación de relaciones interinstitucionales valiosas; fortalecen el vínculo entre la empresa y la comunidad con la que se relacionan e impactan de forma positiva la imagen y la reputación institucional.

Los voluntarios Sodimac pueden hacer parte de este programa por medio de tres modalidades de donación: con su tiempo, en especie o en dinero. Ellos mismos elegirán según sus propias condiciones y disponibilidad, la forma en la que mejor pueden brindar su apoyo a los habitantes cercanos a nuestras zonas de trabajo.





▶ Alternativas de vinculación



Reparaciones locativas instituciones educativas: consiste en la selección de instituciones, cercanas a las áreas de nuestra operación, con necesidades en términos de infraestructura como pintura, pisos, baños, áreas comunes o jardinería. Estas intervenciones las hacemos con el apoyo de la Organización Corona.

Adecuación de viviendas, colegios y jardines infantiles para eliminar las barreras de acceso arquitectónicas en viviendas, colegio y lugares públicos, y así las personas en condición de discapacidad puedan hacer parte de una sociedad incluyente, con el apoyo de la Fundación Teletón.

Soluciones temporales de vivienda: contribuye a la erradicación de la pobreza extrema en Colombia, a través de la construcción de soluciones temporales de vivienda en áreas de influencia de nuestra compañía. Estas construcciones se realizan gracias a los recaudos de la venta de Agua mi País, la cual se encuentra en todos los almacenes Homecenter y Constructor del país. Esta iniciativa hace parte de la alianza con la ONG latinoamericana TECHO.

Donación de tiempo personal y laboral

Mediante esta modalidad los voluntarios pueden apoyar a las entidades seleccionadas para una actividad o iniciativa de su elección, aportando su tiempo, experiencia, conocimientos y talento. Pueden participar en cualquier de las tres alternativas de vinculación que manejamos.

En 2012 llevamos a cabo seis intervenciones en Instituciones Educativas Distritales en los municipios de Funza, Nemocón, Soacha y Tenjo (Cundinamarca); Bello (Antioquia); y Cali (Valle del Cuaca). Así mismo, participamos en la construcción de una solución de vivienda temporal en la ciudad de Cartagena (Bolívar). En las intervenciones participaron 165 voluntarios, quienes donaron 1.320 horas beneficiando a 3.165 personas.

▶ Voluntariado Sodimac 2012

Lugar	Voluntarios	Comunidad	Beneficiarios	Horas	Recursos
Funza	5	30	360	40	Intervenciones lideradas por Organización Corona, en las que SD participó
Nemocón	6	120	940	48	
Soacha	30	50	1.600	240	
Tenjo	31	46	1.010	248	Intervenciones lideradas por SD. 25 millones de pesos invertidos
Bello	22	45	900	176	
Cali	51	42	1.250	408	
Cartagena	21	4	7	160	
Total	166	163	3.167	1.320	



Donaciones en dinero

En cuanto a las donaciones en dinero, los voluntarios podrán en 2013 apoyar económicamente actividades o iniciativas de su elección, mediante la firma de una autorización de descuentos por nómina. Como compañía deduciremos el monto autorizado durante el periodo definido con el colaborador. Este es un mecanismo práctico, de decisión personal y al alcance de todos, mediante el cual cada uno decide qué monto quiere donar, a cuál iniciativa y con qué frecuencia.

Donaciones en especie

El programa también ha establecido las donaciones en especie que corresponden a bienes que buscan suplir una necesidad puntual de una organización social o una comunidad. Se refiere a donaciones de productos, presenciales u *online*, como por ejemplo ropa, juguetes, útiles escolares, implementos de aseo y deportivos, entre otros. Estas donaciones se realizan en desarrollo de campañas de voluntariado específicas, que determinan y facilitan la metodología de recolección y entrega de los bienes a los beneficiarios.



Donación de vueltas de los clientes

Con este programa involucramos directamente a nuestros clientes, a través de la donación voluntaria de sus vueltas. Estos recaudos son destinados en programas de educación inclusiva y en la rehabilitación de personas en condición de discapacidad, mediante la alianza con la Fundación Teletón.

Como compañía invitamos a los clientes a visitar los almacenes Homecenter y Constructor de todo el país y contribuir con sus aportes a la educación de los niños y las niñas de escasos recursos del país (programa Cliente Educa, los recaudos se realizaron hasta el 30 de junio de 2012), así como a la rehabilitación de personas en condición de discapacidad.

Gracias a los recursos aportados por nuestros clientes, a partir del 1 de julio de 2012, se apoya la rehabilitación de personas en condición de discapacidad basados en el enfoque de RBXC (rehabilitación basada en la comunidad). Este enfoque supera el modelo asistencial, para pensar en un modelo de integración social y comunitaria, que comprende la vinculación activa a sus respectivas comunidades y su entorno familiar, social, económico y ocupacional de una manera participativa y funcional.

Gracias a los recursos aportados por nuestros clientes, a partir del 1 de julio de 2012, se apoya la rehabilitación de personas en condición de discapacidad basados en el enfoque de RBXC

Alianzas con enfoque educativo

Gracias al programa de donación de vueltas “Cliente Educa”, se realizaron varias alianzas con un enfoque educativo:

- **Palabrario:** Este programa lo realizamos en alianza con la Fundación Corona, el cual buscaba aumentar las habilidades en lectura y escritura de los maestros y estudiantes de preescolar a tercer grado, en diferentes instituciones educativas de Colombia. Se realizó en Cartagena (Bolívar), Medellín (Antioquia), Soacha (Cundinamarca) y en Cali (Valle del Cauca).
- **Numerario:** También en alianza con la Fundación Corona, este programa buscaba implementar un modelo pedagógico didáctico que promoviera el desarrollo del pensamiento matemático, a partir de situaciones problema. Se realizó en el municipio de Soacha (Cundinamarca).
- **Pisotón:** Este proyecto se desarrolló en alianza con Unicef y la Universidad del Norte, el cual buscaba prevenir y promocionar el desarrollo y la salud integral de niños y niñas de manera educativa y divertida, además de aportar a la formación y desarrollo psicoafectivo de los menores. Se enfocaba en los menores de edad que han tenido conflictos o circunstancias críticas, ofreciéndoles herramientas que les permitieran un sano desarrollo psicoafectivo en compañía de educadores y cuidadores que los apoyaban en el camino de un sano desarrollo integral. De este proyecto se adelantaron dos fases, una de implementación y otra de seguimiento y otras dos fases en Ayapel (Córdoba).

¡Nuevo!

Programa de Becas Cliente Educa – Crédito de largo plazo: Este programa se ejecuta en colaboración con la Pontificia Universidad Javeriana desde el segundo semestre de 2012 donde iniciamos la selección de los estudiantes que serán beneficiarios a partir del primer semestre de 2013 hasta el primer semestre de 2018. Se han otorgado tres becas para el acceso a la educación superior por el 50% del valor de la matrícula semestral; y desde el primer semestre de 2013 hasta el segundo semestre de 2015 siete becas para evitar la deserción universitaria por el 50% del valor de la matrícula semestral (tres en Bogotá y cuatro en Cali). Además se otorga a los beneficiarios un crédito a largo plazo por el 50% del valor restante de la matrícula al 0% de interés y sin ajuste a inflación, el cual pagarán los estudiantes beneficiados por las becas de acceso de Bogotá, con un periodo de gracia de un año. Para los estudiantes beneficiados por el programa para evitar la deserción, una vez finalizados todos los requisitos académicos para la obtención del título profesional.

A través de este programa se intervienen diferentes frentes de acción, como: salud, promoción, prevención, atención médica, rehabilitación y ayudas técnicas; educación, no formal y aprendizajes para la vida; fortalecimiento o empoderamiento, comunicación, movilización social y organización de personas en condición de discapacidad.

Esta iniciativa proporcionó beneficios directos a cerca de 2.000 pobladores de 23 municipios cercanos a las capitales de los departamentos de Atlántico, Bolívar, Caldas y Cundinamarca.

Gracias a este programa, nuestros clientes y a nuestros cajeros, se logró el recaudo que se destinó: 236.200.000 millones de pesos.

SOS Solidario

Con este programa hacemos donaciones a las comunidades afectadas por fenómenos naturales e invitamos a colaboradores y clientes a solidarizarse, para apoyar situaciones de emergencia en los ámbitos nacional e internacional. Solamente se activa cuando se presenta alguna situación de emergencia, y en vista de que en 2012 no ocurrió ninguna, no se efectuó ningún apoyo puntual.

Donaciones en dinero y en especie

En Sodimac Colombia contribuimos al fortalecimiento de entidades sin ánimo de lucro, enfocadas en el tema de la educación, mediante la donación de dinero, activos fijos o productos, con el fin de contribuir con labores sociales en las áreas cercanas a las tiendas. En este programa los almacenes Homecenter y Constructor escogen las entidades a las cuales desean beneficiar para tramitar sus donaciones.

En 2012 resultaron favorecidas 306 fundaciones, con un monto cercano a los 1.697.246.065 millones de pesos en donaciones en especie y 600.357.286 en dinero.



Marketing y comercio responsable: nuestros clientes



En Sodimac Colombia nuestros clientes son una prioridad, por ello entre los ejes estratégicos, y como compromiso para mejorar su experiencia de compra, nos preocupamos por desarrollar productos y servicios amigables al ambiente y a la sociedad, que lleven a los consumidores a satisfacer sus necesidades con altos niveles de excelencia.

Como compañía hemos puesto especial énfasis en los aspectos de satisfacción de las necesidades del cliente

y en la mejora continua de los servicios que brindamos, con productos de alta calidad y utilizando herramientas de comercialización y *marketing* responsable.

Así mismo, brindamos soluciones prácticas a nuestros clientes, generando valor agregado a sus compras, con el fin de ser reconocidos en el mercado por nuestra calidad, buena atención y precios bajos, sin descuidar la rentabilidad de nuestra compañía.

En cumplimiento de esos objetivos, y siempre pensando en el bienestar de nuestros clientes, escuchamos sus expectativas y necesidades; suministramos una amplia variedad de productos locales y foráneos; brindamos asesoría en productos y servicios; proporcionamos información cualificada; y establecemos relaciones y contactos más directos.

Esta visión explica los resultados alcanzados en 2012 en Sodimac Colombia, con el posicionamiento en el mercado de nuestras marcas Homecenter y Constructor, obteniendo un resultado sobresaliente en el Índice de Experiencia de Compra con un puntaje de 86 sobre 100.

► Índice de experiencia de compra



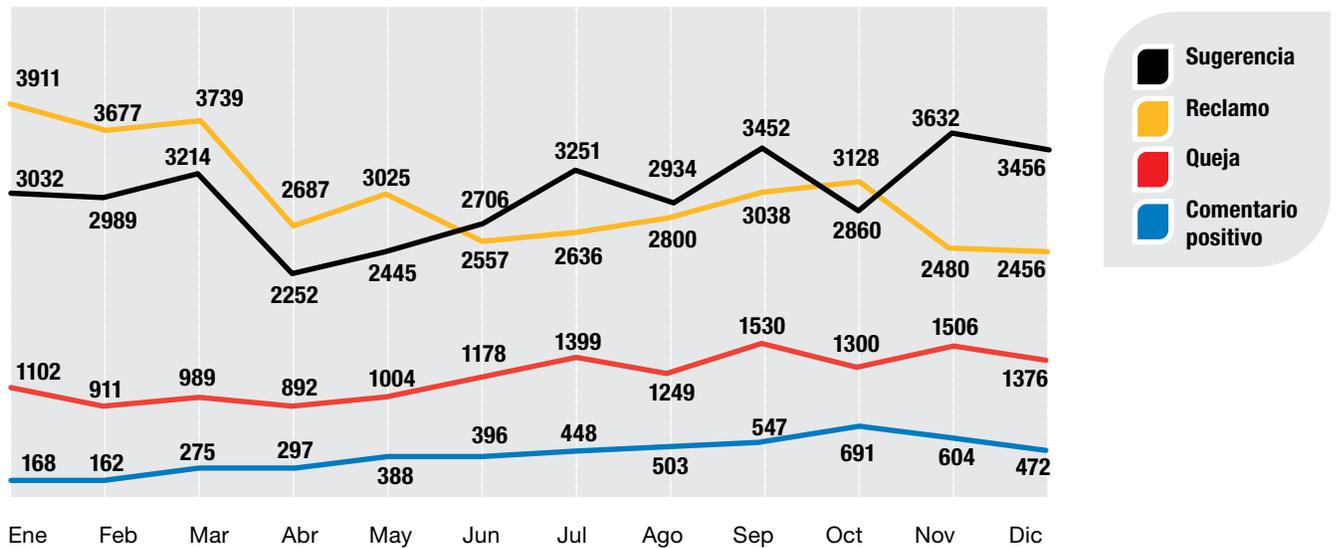
86

Acorde con los postulados enunciados en 2012, se crea la Gerencia de Experiencia de Compra con el propósito de liderar esta estrategia de comercialización y, así para 2016, ser el referente en satisfacción para los clientes en el sector del *retail*. Con este propósito, además de reorganizar la estructura organizacional, cualificamos el papel de los equipos de experiencias en las tiendas y fortalecemos las campañas de cultura de servicio para los colaboradores.





► **Evolución de quejas, reclamos, sugerencias y comentarios positivos.**



Satisfacción y relación con los clientes

La satisfacción de los clientes de Homecenter y Constructor es esencial, de ahí que hemos puesto en marcha una serie de mecanismos y hemos definido instrumentos para garantizarla, posibili-

tando comparar la evolución y avances con los resultados de años anteriores.

En tal sentido, en el marco de esta estrategia, hacemos evaluaciones periódicas en aras de conocer la satisfacción de los clientes de nuestros almacenes de la cadena y su desempeño; fijamos priorida-



des de acción para incrementarla; suministramos conocimiento sobre la política de precios bajos; y comparamos el comportamiento con años anteriores.

Para materializar nuestros objetivos, contamos con una herramienta denominada *cliente incógnito*, la cual mide el cumplimiento del programa de vendedor profesional y de los parámetros del servicio en áreas de venta, puntos de atención y cajas, tanto en Homecenter y Constructor como en Constructor. Para esta evaluación valoramos diferentes atributos que permiten experiencias memorables para los clientes. De 2.930 mediciones efectuadas en 2012, el resultado acumulado de la cadena fue de 88,88, lo que implica un resultado calificado como aceptable.

Por su parte, la *Encuesta Anual de Satisfacción* es el mecanismo para escuchar la voz de nuestros clientes, establecer planes de acción encaminados a mejorar su experiencia de compra y las recomendaciones que ellos tengan para ha-

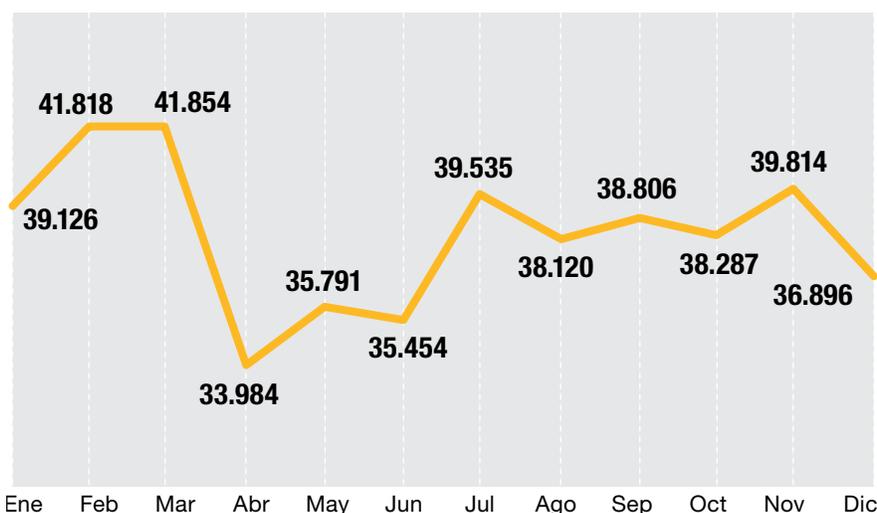
cer sobre nuestra compañía. Se realiza en todas nuestras tiendas Homecenter y Constructor del país.

De las 2.927 entrevistas a clientes que se aplicaron en 24 tiendas del país, indagamos sobre temas de instalaciones físicas, asesores, surtido y cajas. El re-

sultado arrojó un Índice de Experiencia de Compra de 86.

En cuanto a los requerimientos de los clientes, de los 551.229 recibidos en 2012, 0,9% corresponde a comentarios positivos, 2,6% a quejas, 6,6% a sugerencias, 6% a reclamos y 83,4% a solicitudes.

► Evolución quejas y reclamos - Cadena 2012



Canales de atención	
Fuente	Cantidad
Chat	7.897
Conmutador	52
Correo electrónico	14.735
Encuesta Online	2.466
Escrito	7.119
Fax	369
Formulario Tienda	19.087
Formulario Web	2.686
IVR Resolutivo	48
Mensaje Virtual	1.454
Outbound	2.817
Personal	29.438
Redes Sociales	358
Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)	293
Telefónico	462.302
Teléfono Tienda	108
Total	551.229

Para una comunicación efectiva y permanente con nuestros clientes, hemos puesto en funcionamiento más de 16 canales de atención, tanto en las redes sociales como en otros medios, en aras de afianzar el contacto y relaciones con ellos.

Es así como las redes sociales en 2012 ocuparon un papel protagónico en esa búsqueda. En la actualidad contamos con 7.830 seguidores en Twitter, 134.380 fans en Facebook y 8.426 suscriptores en Youtube. Además, el total de contactos ascendió a más de medio millón por los diferentes canales de atención.



A los anteriores servicios de esta estrategia se suman las *devoluciones* y *garantías*. La atención de garantías está enmarcada dentro de los términos establecidos por La ley 1480 de 2012, a través de la gestión realizada con los proveedores nacionales en sus centros de servicio autorizados. Para los productos importados y de marcas propias, el servicio es prestado por el proveedor Global Service TEJO Colombia, de acuerdo con el modelo corporativo implementado en Sodimac Chile y Perú.

En 2012 el Índice de Satisfacción por devoluciones fue 85 por concepto de productos y 89 por efectos de sobranes de obra, los cuales califican en la categoría de aceptables.

Finalmente, hemos establecido unas líneas de reconocimiento para nuestras tiendas y sus colaboradores, las cuales contribuyen a que los clientes tengan experiencias memorables de compra, con dos modalidades: para colaboradores y para las tiendas.

En la modalidad de *líder de servicio*, reconocemos al colaborador que más se destaque durante el mes por su espíritu de servicio, a quien premiamos con bonos de compra y reconocemos con un pin especial en su chaleco.

Por otro lado, reconocemos también a la tienda que más se haya destacado en la prestación de servicios y obtenga mejores resultados en los indicadores de experiencia de compra. La bonificación se retribuye con una fiesta y obsequio para sus colaboradores.

Las dos modalidades anteriores se complementan con el programa de *simbolización* creado en 2012, el cual es reconocido y valorado por nuestros colaboradores en las diferentes tiendas. Se ha denominado "Actúa con pasión" y refuerza los comportamientos en aspectos como: actuar en equipo, en forma oportuna y con responsabilidad, aprovechar el conocimiento y mejorar cada día más.





Soporte técnico: la diferencia en el servicio

Como parte de los objetivos de control de calidad, en Sodimac Colombia hemos establecido unos lineamientos para nuestros proveedores con el fin de garantizar el cumplimiento del servicio técnico en la venta final de los productos de importación directa o de aquellos que la compañía es representante exclusivo.

Para garantizar este servicio, hemos dispuesto un centro de soporte técnico en el cual se brinda ayuda a nuestros clientes en el uso de los productos adquiridos, se proporciona información adecuada y, si es necesario, se envían al servicio técnico especializado. Durante 2012 se realizaron 113.220 servicios en todo el país.

Compromiso con la calidad

La calidad y la seguridad son asumidas en nuestra compañía como uno de nuestros principales deberes, lo que implica un gran esfuerzo para garantizar estándares mínimos en todos los productos que se comercializan, por medio de una permanente verificación y resguardo de los mismos.

Para lograr este compromiso, en 2012 un equipo de profesionales de nuestra compañía testeó todas las líneas que se incorporan al stock en oferta, y al mismo tiempo los productos fueron chequeados a lo largo de su ciclo de vida a través de acciones preventivas y correctivas.

Además de brindar calidad y seguridad a nuestros clientes en la adquisición de productos, aseguramos los inventarios y la disponibilidad, las compras con calidad y el cumplimiento de las normas de Responsabilidad Social.

Para verificar la seguridad y uso de la mercadería, realizamos frecuentes testeos de calidad en laboratorios nacionales y extranjeros, poniendo especial énfasis en los productos eléctricos y de mobiliario, a su vez estos requerimientos los deben cumplir los diferentes proveedores en sus respectivos suministros. Nuestra compañía también hace testeos internos realizados por profesionales especializados en la prestación de estos servicios.

De esta forma los resultados de los testeos, que permiten liberar o no el despacho de los productos, reciben una autorización de “aprobado” cuando se cumple con los requisitos; de “rechazado con despacho” cuando en el proceso se han podido hacer las mejoras necesarias y se expide la autorización para proceder al respectivo despacho; y “rechazado sin despacho”, en los casos en los que la orden de compra no cumple con los requerimientos solicitados por nuestra compañía y los productos no pueden ser despachados.

El control de calidad también lo ejercemos mediante exigentes inspecciones nacionales, a través de las cuales verificamos la calidad de los productos, la señalética del empaque, la rotulación, el código

Testeos 2012	
Testeos locales	Testeos corporativos
118	58

Inspecciones nacionales	
Estado Inspección	2012
Aprobadas	1
Rechazadas con despacho	1
Rechazadas sin despacho	5



go de barras, y los distintos accesorios, manuales y paletizados.

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

En las inspecciones con proveedores de otros lugares del mundo (especialmente asiáticos) consideramos las especificaciones técnicas, los componentes y características funcionales de los productos, y se revisa cada uno de los puntos requeridos por la compañía.

llos relacionados con el mundo de la construcción, el mantenimiento y la remodelación, con el fin de que día tras día hagan más y mejores negocios y fortalezcan su proyecto de vida.

Entre los resultados se destacan especialistas de la construcción que lograron formalizar su conocimiento, crear redes de colegas, legalizar sus negocios, aumentar su oferta laboral, tomar conciencia en el servicio y ética hacia sus clientes; todo esto reflejado en el mejoramiento de su trabajo y de una mejor calidad de vida y la de su familia.

Entre otras actividades, el Círculo hizo la presentación del primer catálogo de formación, con periodicidad trimestral, que ofrece más de 40 programas permanentes para especialistas. Así mismo participó en la creación de más de mil cupos de capacitación, puso en marcha jornadas de capacitación y e hizo parte del primer programa de certificación de competencias con el SENA, convocando más de 800 especialistas postulados para el proceso. Algunas de las modalidades de capacitación con las que cuentan los especialistas son: cursos universitarios, diplomados, cursos técnicos certificados, seminarios externos, visitas a fábricas y formación de proveedores.

Inspecciones en Asia

Número de inspecciones	Número de proveedores inspeccionados
1.736	345

Iniciativas y proyectos

En esta estrategia de satisfacer a nuestros clientes, en Sodimac Colombia pusimos en marcha varios mecanismos de capacitación y formación para que puedan obtener una mejor atención.

Círculo de Especialistas

Como parte integral de nuestro aporte al desarrollo de los clientes del sector y del país, nos hemos concentrado en la profesionalización de las personas que se dedican a la construcción, reuniendo en el Círculo a maestros, contratistas, especialistas, y todos aque-



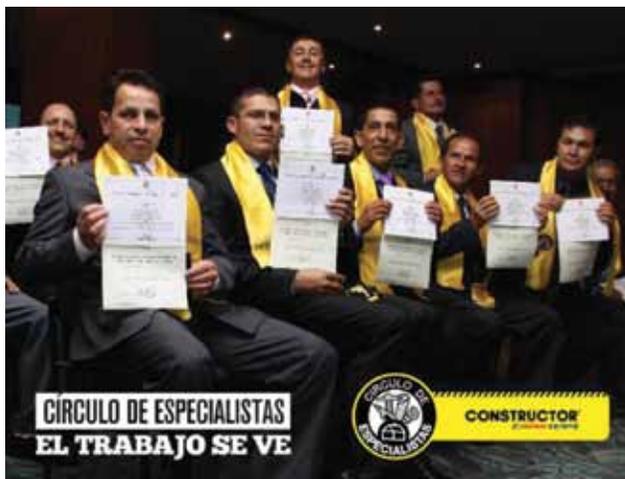
Modalidades de capacitación Círculo de Especialistas

Capacitación	Asistentes	Certificados	Horas
Curso avanzado trabajo seguro en alturas	21	21	32
Norma técnica generalidades instalación suministro gas.	46	38	4
Norma técnica ventilación de recintos.	28	28	4
Norma técnica regulación y medición.	45	30	4
Norma técnica ductos de evacuación individuales a fachada.	52	52	4
Norma técnica ductos comunales de evacuación.	45	45	4
Norma técnica tuberías roscadas - hg, ac. tuberías soldadas	28	28	4
Instalación de sistemas para suministro de gas en edificaciones residenciales y comerciales.	28	28	40
Total	293	270	96



A diciembre de 2012 el Círculo cerró con 170.000 socios en Colombia, de los cuales un poco más del 50% percibieron algún tipo de beneficio.

El año pasado este programa de lealtad logró ventas por 200.000 millones de pesos, es decir el 9,5% de nuestras ventas y una base de clientes activa de más del 60%. Entre los beneficios otorgados podemos nombrar más de 7.000 horas de capacitación, con una inversión total cercana a los 1.500 millones de pesos, de los cuales para capacitación se invirtieron 738 millones de pesos.



Formación a instaladores

Este programa proporciona una preparación profesional para los instaladores, brindando capacitación directa en temas como servicio al cliente, procesos de instalación y productos, y calidad de obra, de acuerdo con los parámetros del fabricante.

En 2012 registramos importantes avances por parte de los instaladores en el conocimiento de los productos, con el fin de garantizar una excelente instalación de los mismos y proporcionar una información veraz y oportuna. En 2012 se beneficiaron cerca de 194 instaladores en crecimiento personal y profesional gracias a esta iniciativa.

Programa	En qué consiste	Logros obtenidos	Número de beneficiarios
Formación en instalación a colaboradores del piso de venta 1. Kronotex piso laminado	Esta actividad capacita a los colaboradores del piso de venta en las características técnicas del producto brindando capacitación directa en temas como servicio al cliente, procesos de instalación y producto de acuerdo con los parámetros del fabricante.	Conocer el producto para proporcionar al cliente una información veraz.	15
Formación en instalación a colaboradores del piso de venta e instaladores 1. Maderkit, Moduart, Tablemac, Ppizano S.A. y Caribbean	Capacitación en armado de muebles de acuerdo con parámetros del fabricante.	Conocimiento del producto, a fin de garantizar una excelente instalación y proporcionar al cliente una información veraz.	35
Formación de instaladores - experiencia de compra	Dar a conocer los esfuerzos de la compañía en mejorar la experiencia de compra de los clientes.	Escuchar las necesidades de las empresas instaladoras para la consecución de este objetivo.	60
Formación de instaladores productos groza en la planta del proveedor	Capacitación en producto e instalación de acuerdo con parámetros del fabricante, usos, mantenimientos, recomendaciones	Conocimiento del producto, a fin de garantizar una excelente instalación.	32
Formación de instaladores productos Corona morteros, pega y piezas cerámicas (piso y pared)	Capacitación en producto e instalación de acuerdo con parámetros del fabricante, usos, mantenimientos, recomendaciones	Conocimiento del producto, a fin de garantizar una excelente instalación.	25





Manitos a la obra promueve el desarrollo de capacidades de los niños y las niñas y afianza valores como: crear, construir, jugar, divertirse, aprender, disfrutar, transformar y compartir, con un alto contenido de educación ambiental.



Capacitación a clientes

Son espacios de formación para nuestros clientes en diferentes temáticas relacionadas con los productos y servicios ofrecidos en las tiendas.

Con tal fin dictamos cursos a quienes visitan los almacenes, en los cuales se enseñan temas varios para mejorar el hogar, como pintura, decoración y cocina, los cuales cuentan con una programación mensual divulgada en los mismos almacenes.

El número de personas capacitadas en 2012 fue de 4.590, en punto de venta (presenciales), en diferentes tipos de cursos orientados a enseñar proyectos a los clientes. A través de cursos *on line* beneficiamos a 1.300 personas.

Manitos a la obra

Bajo el lema "Aprende jugando con Homecenter" también realizamos talleres de creatividad y diferentes actividades para niños entre 4 y 7 años con la metodología de *Hágalo usted mismo*. En 2012 cerca de 2.000 niños y niñas se

beneficiaron con las actividades de este programa.

Manitos a la obra promueve el desarrollo de capacidades de los niños y las niñas y afianza valores como: crear, construir, jugar, divertirse, aprender, disfrutar, transformar y compartir, con un alto contenido de educación ambiental

Los talleres de manualidades además de desarrollar la creatividad de los niños y las niñas, son un espacio de formación en temas ambientales y para afianzar valores de la familia y de la comunidad. Allí les enseñamos a transformar su mundo y sus espacios, el trabajo en equipo y el conocimiento de diferentes materiales.





Gestión ambiental

En Sodimac Colombia nos preocupamos por el cuidado y protección del medio ambiente y, en ese sentido, asumimos nuestro compromiso para asegurar el uso eficiente de los recursos naturales, y mitigar los riesgos e impactos sobre el entorno natural en el que opera

Para lograrlo llevamos a cabo una serie de iniciativas en aras de reducir el uso de residuos naturales y aumentar los impactos positivos de nuestra operación en aspectos como ecoeficiencia, biodiversidad, reciclaje y promoción de la cultura ambiental, de tal forma que seamos amigables con el medio ambiente en todas nuestras instalaciones.

En esta línea de acción tenemos un firme compromiso con la prevención de la contaminación en nuestras actuaciones diarias, por esta razón brindamos capacitación a nuestros colaboradores y buscamos generar en ellos una conciencia ambiental, tanto dentro de la empresa como en cada uno de sus hogares.

Además promovemos actitudes y acciones tendientes a crear conciencia ambiental en nuestros clientes y, en general, en la sociedad mediante campañas de información y actividades de formación que realizamos periódicamente en los diferentes almacenes Homecenter y Constructor del país.

Asimismo, buscamos medir y mitigar el impacto ambiental de las operaciones, de tal forma que desde 2010 se definieron los programas de sostenibilidad ambiental y, además, se creó el Departamento de Gestión Ambiental, orientado al cumplimiento de toda la legislación, el cuidado y la protección ambiental, entre otros aspectos, tanto en nuestras instalaciones como en las áreas de influencia.

La estrategia de desempeño ambiental está recogida en una serie de iniciativas, proyectos y programas que garantizan el compromiso con la sostenibilidad. Contempla cinco líneas de trabajo: consumo de recursos, gestión de residuos, construcciones sostenibles, productos responsables y cultura ambiental.

Consumo de recursos

En Sodimac Colombia estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales, por tal motivo trabajamos en programas orientados al uso racional de dichos recursos (agua y energía). Así mismo, desde 2010 realizamos la medición de la huella de carbono generada por nuestra operación y desde 2012 medimos nuestra huella hídrica. Bajo el mismo foco, promovemos programas de racionalización de bolsas plásticas, por medio de campañas educativas y brindando a los clientes distintas opciones para llevar sus productos.

Adicionalmente, por medio del programa de manejo de contingencias ambientales, atendemos y controlamos de manera oportuna situaciones como derrames y fugas de sustancias químicas, logrando con ello evitar la contaminación de cuerpos de agua y del suelo.





Ahorro y reutilización del agua

Como parte de nuestro aporte a la sostenibilidad ambiental del planeta, hemos impulsado en todas las instalaciones el programa de ahorro y uso eficiente del agua, así como la reutilización de la misma en diferentes procesos.

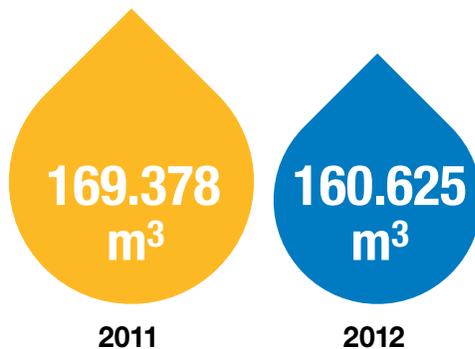
Acorde con este principio, en 2012 se presentó un ahorro en el consumo de agua de 4,5% frente a 2011, registrando un incremento en el uso de aguas lluvias de 290%.

En 2012 nuestros almacenes Homecenter y Constructor consumieron 160.625 m³ de agua potable, lo que equivale a 268 piscinas olímpicas. En comparación con el consumo de 2011, se ahorraron 8.753 m³ (5,1%), 14,6 piscinas olímpicas aproximadamente.

Como parte de la meta de reducir y reciclar agua, a partir de noviembre de 2012 se inició en el Centro de Distribución (Cedis), la implementación de un sistema de ósmosis inversa, que consiste en potabilizar las aguas vertidas del Cedis y volverlas a utilizar en procesos de lavados, sanitarios, entre otras labores. Con esta estrategia, en el primer mes, logramos un 75% de ahorro frente al histórico de consumo mensual.

Todas las aguas residuales generadas en nuestras tiendas, son dispuestas en los alcantarillados municipales. En 2012, y por primera vez, realizamos las caracterizaciones de agua residual (de baños, cocinas y piletas) de todas las tiendas a nivel nacional y pudimos determinar, por medio de mediciones de caudal, que se generaron 156.327 m³ (260 piscinas olímpicas) de vertimiento. Una de las estrategias implementadas para el ahorro y uso eficiente del agua, estuvo encaminada a la utilización de aguas lluvias en nuestras tiendas.

► Consumo de agua



Logramos un ahorro de **8.753 m³ (5,1%)** a través de la instalación de dispositivos de ahorro, recolección y uso de agua lluvia y ahorro de agua potable en actividades de limpieza y mantenimiento.





Promovimos el consumo racional de agua potable y la disminución de la cantidad de agua residual generada. Nuestras tiendas con certificación LEED (Bucaramanga y Manizales), así como las que están próximas a certificarse (Cedritos y Montería) consumieron 11.832 m₃ de agua lluvia, evitando así el consumo de agua potable en una proporción del 48%, frente a tiendas similares sin uso de aguas lluvias.

Con esta gestión, aumentamos la disponibilidad de agua potable a la comunidad circundante, y ahorramos \$21.144.000 de pesos por concepto de tarifas de agua potable, y \$42.288.000 de pesos en tratamiento de agua residual (alcantarillado), por concepto de tasas de alcantarillado.

Medición de la huella hídrica

Otra de las iniciativas de nuestra gestión ambiental es la medición de la *huella hídrica*, la cual mide el grado de contaminación que nuestra operación puede emitirle al agua (vertimientos y usos del agua en los diferentes procesos).

Es así como en compañía conde la Fundación Chile y CCL (Centro Latinoamericano de Innovación en Logística) realizamos la medición de la huella hídrica. Los resultados arrojaron un 97% de huella gris y un 3% de huella azul¹.

¹ La *huella gris* representa la cantidad de agua que se requeriría para diluir la carga de contaminantes de los vertimientos de aguas industriales y domésticas. Y, la *huella azul*, equivale al agua consumida utilizada en los procesos productivos que se pierde por evaporación del proceso o que se va contenida en el producto.

Reducción del consumo de energía

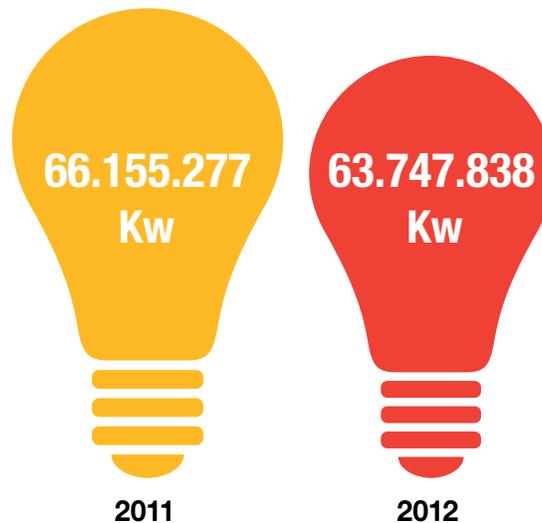
En 2012 nuestros almacenes consumieron 63.747.838 kw/hora de energía eléctrica, cantidad que equivale a la utilizada por la iluminación navideña de 67.458 hogares por 30 días/10 horas diarias. Pero en ese mismo año logramos un ahorro de 2.407.439,57 kw/hora frente al 2011 (3,8%), cantidad que equivale a la utilizada por la iluminación navideña de 2.548 hogares por 30 días/10 horas diarias.

Los almacenes Homecenter y Constructor líderes en ahorro de energía son:

Barranquilla (con 645.423.60 kw de ahorro), Pereira (484.267.00 kw) e Industriales (620.034.38 kw).

Desde el punto de vista ambiental, los beneficios de la reducción del consumo de energía están reflejados en la disminución de las emisiones de CO₂ y otros gases contaminantes. En lo social, proyectamos una imagen positiva de responsabilidad ante autoridades ambientales y comunidades circundantes, y en lo económico, produjimos en 2012 un ahorro de cerca de 1.116.501.535 de pesos en pago de tarifas de energía eléctrica.

Consumo de energía



Logramos un ahorro de **2.407.439,57 Kw (3,8%)** a través del cambio de tecnología de iluminación de las fachadas de los almacenes, cambio de cubiertas, sensibilización del personal, instalación de sensores de presencia e instalación de cortinas de aire, etc.



Medición de la huella de carbono

En Sodimac Colombia tenemos la meta de iniciar la compensación del 2% anual de la *huella de carbono* total emitida por los almacenes en 2010, 2011 y 2012, lo que equivaldría a la siembra de tres mil árboles.

Contrarrestar el efecto emitido por los Gases de Efecto Invernadero (GEI) y remover el dióxido de carbono de la atmósfera se logra con la siembra de árboles y preservación de los bosques, para que estos capturen el CO₂ que a diario se emite y así lo retengan en su biomasa por muchos años.

En 2012, por tercer año consecutivo medimos la huella de carbono. En 2011 nuestros almacenes emitieron 8.575,5 toneladas de carbón equivalente (toneladas Ceq); en tanto el año pasado emitimos 7.723,6 toneladas Ceq, de esa manera la huella de carbono disminuyó en 9,93%, como consecuencia del menor consumo de energía eléctrica, combustibles y refrigerantes. Las tiendas nuevas aportaron 2.651 toneladas de Ceq. Para 2016 las emisiones de GEI deben reducirse en un 5% sobre la huella de carbono base, según la misma meta que nos hemos propuesto como compañía.



El compromiso ambiental de nuestros almacenes frente al uso racional de bolsas plásticas propició un reconocimiento especial por parte de la Secretaría Distrital de Ambiente.

Programa de racionalización de bolsas

Durante 2012 en nuestras tiendas Homecenter se dejaron de entregar a los clientes 1.518.300 unidades de bolsas plásticas con respecto al 2011, disminuyendo el uso de empaques plásticos en un 18,56%, lo que equivale a 13.744 kilogramos de polietileno, aproximadamente dos elefantes de plástico en proporción y peso.

El 13 de diciembre de 2012 se llevó a cabo el primer día de la "No bolsa", en los almacenes Homecenter y Constructor de la ciudad de Bogotá. En esta jornada se sensibilizó a más de 8.050 clientes frente al impacto negativo de usar empaques plásticos que tardan millones de años en descomponerse y se incentivó el uso de las bolsas reutilizables.

El compromiso ambiental de nuestros almacenes frente al uso racional de bolsas plásticas propició un reconocimiento especial por parte de la Secretaría Distrital de Ambiente, autoridad ambiental de la ciudad de Bogotá. En 2012 los almacenes que más racionalizaron este uso fueron Av. 68 Sur (Bogotá), San Juan (Medellín) y Cúcuta.

Este programa aporta beneficios en los campos ambiental, social y económico. A la vez que disminuye la cantidad de empaques plásticos de un solo uso, los cuales se convierten fácilmente en residuos, proyecta una imagen positiva de responsabilidad social y ambiental ante autoridades ambientales y comunidades circundantes; y permite un ahorro cercano a los 239.980.551 de pesos.



Gestión de residuos

Prevenir, mitigar, disminuir y eliminar impactos ambientales reales y potenciales de los procesos, y tener un efectivo cumplimiento de la ley, es la meta de nuestra compañía en la gestión, la racionalización y el manejo adecuado de los residuos sólidos. Al contribuir con este objetivo, evita-

mos que los residuos contaminen el suelo y el agua al terminar su vida útil.

Para materializar nuestro compromiso con el medio ambiente, definimos un plan de manejo integral de residuos sólidos con el que orientamos las operaciones de las tiendas para el manejo de reciclaje, residuos ordinarios y residuos

peligrosos, donde emitimos una categoría adicional de programas pos consumo. Se han puesto en práctica tres procesos que se complementan entre sí como son el reciclaje de todo tipo de sus productos, el pos consumo de sobrantes que implican algún tipo de riesgo ambiental y el adecuado manejo de los residuos peligrosos.



Programa de reciclaje

En 2012 incrementamos en 16% el reciclaje de nuestros almacenes, en comparación con 2011. Reciclamos cerca de 3.212 toneladas de cartón y 380,7 toneladas de otros materiales (plástico, icopor, chatarra, botellas de vidrio, entre otros), cantidad equivalente al peso de 543 elefantes. Además dispusimos en forma adecuada, con tratamientos especiales (incineración y relleno de seguridad), 75,65 toneladas de residuos peligrosos (sustancias químicas, bombillas, aparatos eléctricos, etcétera).

Así como el resto del programa, el reciclaje de cartón también fue intensificado con Colrecicladora (Cooperativa de Reciclaje

de Cartón Colombia), la cual utiliza el cartón como materia prima para la producción de nuevo cartón y papel; los demás productos son usados como materia prima para la producción de plástico, metal, entre otros. De esta manera evitamos la tala de gran cantidad de árboles, cerca de 45.239 fueron dejados de talar gracias al reciclaje de 3.212 toneladas en ese año.

Los almacenes que lideraron el manejo adecuado de los residuos en 2012, fueron: Norte (Bogotá), con 262,8 toneladas de residuos reciclables y 3,4 toneladas de residuos peligrosos; Dorado (Bogotá), con 210,8 y 1,7 toneladas, respectivamente; y Cali Sur, con 206,9 y 0,8 toneladas, respectivamente.





Programa de pos consumo de productos

Nuestra meta con esta iniciativa es propender, en todas nuestras tiendas, por la correcta disposición al final de la vida útil de algunos productos con características especiales. Para dar cumplimiento a la normativa legal colombiana, nos hemos involucrado en programas de pos consumo de iluminación, pilas, llantas, envases de plaguicidas domésticos, baterías y residuos de aparatos electrónicos y eléctricos (RAEE), realizando entrega directa de este tipo de elementos, devueltos por nuestros clientes.

Los almacenes que promovieron más activamente la recolección selectiva de los residuos pos consumo fueron: Bucaramanga, con 375 kilos de pilas y 298 kilos de bombillas; San Juan (Medellín), con 104 y 701, respectivamente; y Calle 80 (Bogotá), con 159 y 456, respectivamente.

Nuestra contribución total con la recolección de estos productos fue: 5,75 toneladas de bombillos, 1,7 toneladas de pilas, 221 toneladas de baterías ácido-plomo y 12,3 toneladas de llantas. Al contribuir con estos programas evitamos que estos residuos contaminen las fuentes hídricas y el suelo.



En 2012 incrementamos en 16% el reciclaje de nuestros almacenes, en comparación con 2011. Reciclamos cerca de 3.212 toneladas de cartón y 380,7 toneladas de otros materiales (plástico, icopor, chatarra, botellas de vidrio, entre otros), cantidad equivalente al peso de 543 elefantes.



Programa para el manejo de residuos peligrosos

Los residuos que pueden ser dañinos para la salud de los humanos o del medio ambiente se conocen como residuos peligrosos; en caso de que no se haga una correcta disposición final y/o aprovechamiento de ellos, pueden causar afectaciones irreparables al ecosistema del planeta.

Los residuos peligrosos pueden ser sólidos, líquidos, gases o una combi-

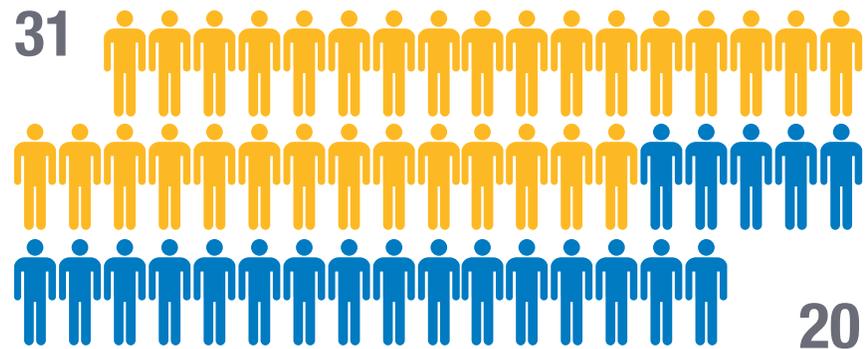
nación de éstos. Para darles el manejo adecuado en Sodimac Colombia, dispusimos tratamientos especiales como incineración y relleno de seguridad, por medio de gestores autorizados, para cerca de 75,65 toneladas de este tipo de residuos generados con motivo de las operaciones en nuestras tiendas.

Con este programa generamos beneficios ambientales, por cuanto el manejo adecuado de residuos evitó que 29.913 m3 de estos fueran a parar a un relleno

sanitario, material que equivale a 474 tractomulas con material compacto, o 1.422 tractomulas con material suelto. Así mismo, en lo social aportamos a la generación de mano de obra para cerca de 51 empleos permanentes: 31 en la separación en la fuente de materiales y 20 en recolección y transporte de materiales. Por su parte, en el aspecto económico favorecimos la compra de reciclaje que ascendió a 829.296.728 de pesos, con un ahorro en tarifas de aseo cercano a los 1.160.000.000 de pesos.

▶ Empleos permanentes

Separación en la fuente de materiales



Recolección y transporte de materiales



Construcciones sostenibles

Con el propósito de contribuir con el cuidado del ambiente y de reducir los impactos que nuestras operaciones pueden ocasionar, Sodimac Colombia hemos implementado una serie de medidas y de acciones para garantizar que nuestras instalaciones cumplan con las normas internacionales y los requisitos para que nuestro compromiso con la sostenibilidad sea un hecho.

Esta responsabilidad la asumimos con los parámetros de la certificación internacional LEED, expedida por el US Green Building Council, que por su sigla en inglés significa Liderazgo en Diseño Energético y Ambiental. Es un estándar internacional con el que se evalúa la sostenibilidad de una construcción, desde las perspectivas de eficiencia energética, uso de energías

alternativas, mejora de la calidad del ambiente interior, eficiencia del consumo de agua, reducción de las emisiones de CO2 y administración eficiente de los recursos.

Las acciones implementadas por nuestra compañía, como el ahorro de energía y agua, adecuaciones en la iluminación y los techos, y construcción de trampas de grasa y filtros especiales, definitivamente redundan en menores emisiones de GEI en nuestra operación, ya que son procesos más eficientes, como por ejemplo el ahorro de hasta un 48% en el consumo de energía frente a tiendas convencionales.

La principal iniciativa para la reducción de las emisiones está relacionada con la de disminución de energía, puesto que con el ahorro se influye directamente en la emisión de GEI. Por

esta razón hicimos varios cambios de cubiertas a traslúcidas en diseños de iluminación de algunas tiendas; y de tecnología de iluminación en algunas fachadas, donde pasamos de wallpacks HIDM a LED. Estas acciones fueron reforzadas con una intensa campaña de capacitación para cerca de 1.800 colaboradores.

En cuanto a la racionalización del agua, en los efluentes construimos trampas de grasa, desarenadores y filtros para mejorar la calidad de las aguas vertidas,

e incrementamos los mantenimientos de estos sistemas.

Quizás uno de los mayores hitos fue la apertura en Bucaramanga de la primera tienda del país en obtener la Certificación LEED de ahorro energético, en la categoría nuevas construcciones. De igual modo, en el cumplimiento de requisitos en sus instalaciones LEED, en 2012 la tienda de Manizales obtuvo el segundo certificado LEED en la categoría "Oro", convirtiéndose en la primera en Colombia y Latinoamérica en dicha categoría.



Productos responsables: Hogar Verde

Con la iniciativa *Hogar Verde* pretendemos fomentar la cultura de cuidado con el planeta, a través de buenas prácticas desde el hogar y lugares de trabajo. Por medio de acciones pedagógicas educamos y promovemos la generación de conciencia y cambios con el ecosistema, dando prioridad al uso racional y eficiente de los servicios de agua, energía y gas, y la separación de residuos y reciclaje de basuras.

En ese sentido, como compañía promovemos en los clientes el consumo de productos que propendan por el cuidado y protección del medio ambiente. Es así como en todos los almacenes del país se pueden conseguir "productos verdes" como griferías, sanitarios y bombillos ahorradores, y productos ecológicos de aseo, que contribuyen a este objetivo, disminuyendo también la emisión de GEI.

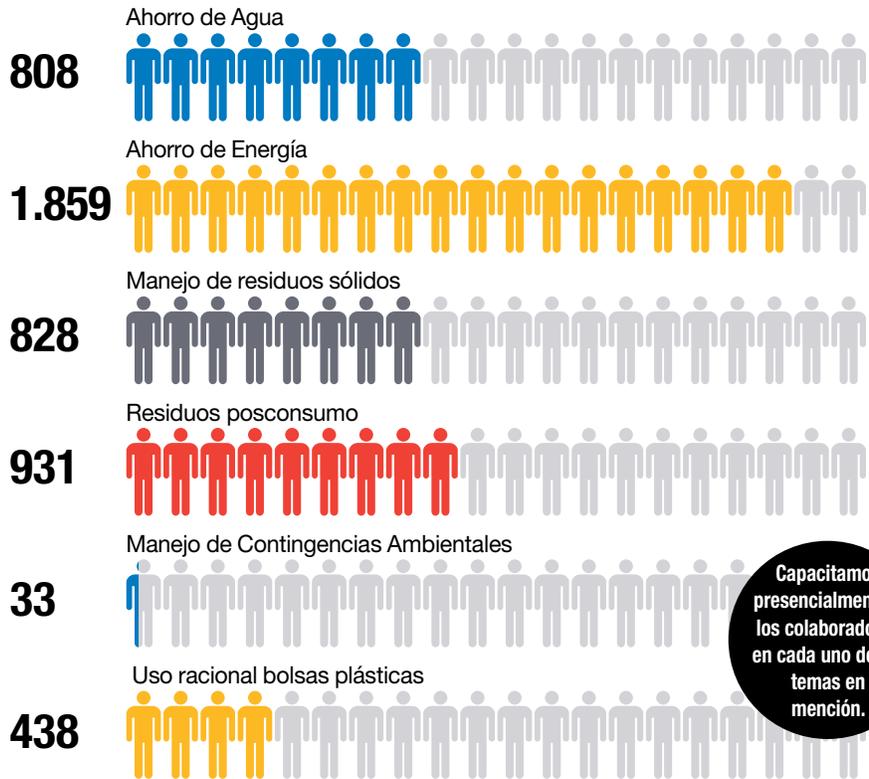


Cultura ambiental

Como parte de nuestra estrategia de sostenibilidad ambiental, promovimos una serie de capacitaciones para los colaboradores en temas esenciales como: ahorro y uso eficiente de agua (808 colaboradores capacitados) y de energía (1.859); adecuado manejo de residuos sólidos (828); operación de residuos pos consumo (931); cómo dar pronta respuesta a las contingencias ambientales y derrames (33); y uso racional de bolsas plásticas (438). En 2012 capacitamos un total de 4.897 colaboradores en estos temas.

A su vez, en 2012, dimos capacitación a los clientes, a través de ferias verdes, dirigidas a las familias colombianas. Esta iniciativa pretende fomentar la cultura de cuidado al planeta a través de prácticas ecoamigables desde el hogar de cada cliente. Realizamos tres ferias verdes Homecenter, en los almacenes Sur, Calle 80 y Norte (Bogotá), con una capacitación a 3.018 clientes.

▶ Capacitaciones ambientales



Capacitamos presencialmente a los colaboradores en cada uno de los temas en mención.

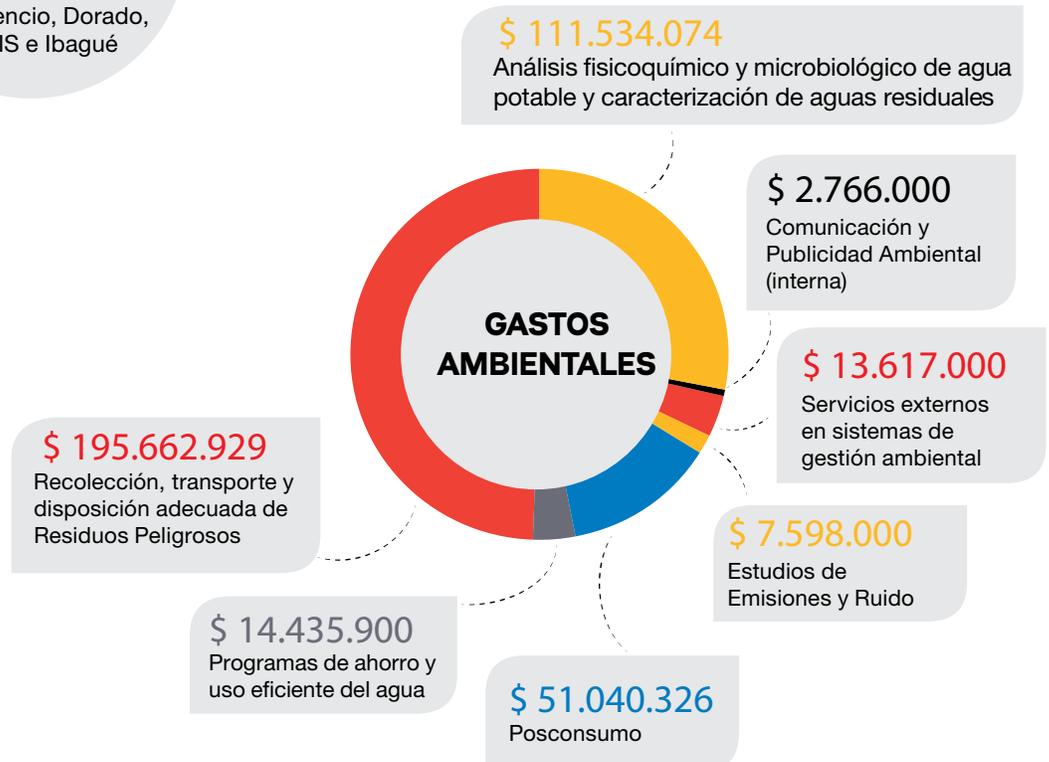
Reconocimiento especial al compromiso ambiental

En Sodimac Colombia hicimos un reconocimiento especial a los almacenes que han asumido con mayor responsabilidad su compromiso con la estrategia ambiental:

- Ibagué por el alto compromiso de la gerencia con los temas ambientales.
- Manizales por el proyecto Tierra Viva y la campaña de no uso de vasos desechables.
- Barranquilla por reforzar las capacitaciones ambientales de pos consumo de residuos peligrosos.



Inversiones ambientales



Desarrollo de proveedores comerciales



Nuestra estrategia de compras en Sodimac va más allá de la variable precio, al incluir relaciones estratégicas de largo tiempo, continuidad del proveedor, su mejoramiento continuo, calidad y seguridad de sus productos, y su responsabilidad social.

Uno de los pilares del compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial en Sodimac Colombia es nuestro empeño en la construcción de relaciones comerciales competitivas, de confianza y de largo plazo, que generen un valor agregado y un crecimiento mutuo.

Para materializar esta estrategia, hemos procurado construir una estrecha relación hacia nuestra cadena de valor, hemos declarado fundamental para nuestro crecimiento que ésta sea sostenible en el tiempo y que vaya acompañada de una alianza estratégica con los proveedores.

Acorde con esos postulados, damos especial énfasis y entendemos la importancia estratégica de nuestros proveedores, contratistas y demás aliados comerciales en el desarrollo del negocio, puesto que, no solo representan en muchos casos a nuestra compañía, sino que aportan a la construcción de relaciones más estables y estrechas con nuestros clientes.

Como compañía tenemos la convicción de que nuestro éxito empresarial y el de nuestros proveedores están recíprocamente relacionados para lograr plena satisfacción de las crecientes necesidades y exigencias de los clientes, lo que requiere de un esfuerzo conjunto y un trabajo mancomunado entre la industria del comercio y los proveedores.

En consecuencia, nuestra estrategia de compras en Sodimac va más allá de la variable precio, al incluir relaciones estratégicas de largo tiempo, continuidad del proveedor, su mejoramiento continuo, calidad y seguridad de sus productos, y su responsabilidad social, lo que apunta a un encadenamiento que se funde en el aprovisionamiento responsable.

Como parte de nuestra política integral de responsabilidad, nos acogemos a las normas internacionales basadas en los principios éticos del respeto mutuo con proveedores; la aplicación de los derechos humanos; las buenas prác-



ticas empresariales; el rechazo a todas las modalidades de corrupción; y el cuidado del medio ambiente. Estos postulados están recogidos en el Pacto Global de las Naciones Unidas, en las normas para reportar del Global Reporting Initiative (GRI) y en la ISO 26.000.

De tal forma que los proveedores que se vinculen a nuestra cadena comercial deben igualmente acogerse y cumplir el código de ética, y los principios orientadores de las prácticas comerciales, los cuales están contenidos en el Manual del Proveedor.

Los principales lineamientos de este manual se refieren a aspectos como: 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 mar-

cas; patentes y similares; conductas; normas de responsabilidad social; y revisiones de contraloría.

De acuerdo con nuestro compromiso de desarrollo y contribución con el país, el 82% de las compras realizadas fueron hechas a proveedores locales, con el fin de generar beneficio a la comunidad, generar empleo y progreso al país.

En las zonas en las que tenemos almacén, buscamos siempre la generación de beneficio para la comunidad, brindando oportunidades de empleo local en las áreas y fomentando la contratación de bienes y servicios.

Compras nacionales y extranjeras		
Nacionales	1.767.257.153.695	82%
Extranjeras	386.012.005.914	18%
Total	2.153.269.159.609	100%

Declaración de compromisos

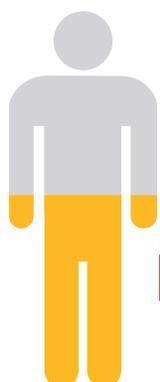
En Sodimac Colombia también imprimimos un sello particular a la relación con proveedores para establecer conexiones duraderas y de responsabilidad social, basadas en el respeto y el beneficio recíproco.

Estas características están enmarcadas en principios de transparencia y ética, los cuales están recogidos en un documento que contiene los compromisos que los proveedores deben asumir en el

proceso de la cadena comercial, de cuidado del medio ambiente y de respeto a los derechos humanos.

Estos compromisos surgen de la aplicación periódica de unos cuestionarios por parte de nuestra compañía, con el fin de revisar las prácticas de los proveedores. Con estos sondeos buscamos conocer el estado de responsabilidad social empresarial en la cadena de valor y verificar que los productos que se compran cumplan con nuestros lineamientos, siendo social y ambientalmente responsables.

Además de la aplicación de estos cuestionarios a nuestros proveedores colombianos, también enfocamos especial atención en los proveedores asiáticos, en relación con su cumplimiento y respeto a los derechos humanos. En consecuencia 345 de ellos han firmado y diligenciado el cuestionario de los 680 proveedores de importados.



50,7%

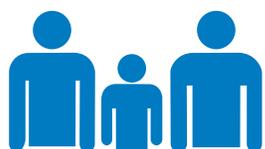
Cuestionario en Responsabilidad Social	
Proveedores que han firmado cuestionario	345
Total proveedores	680



Estos compromisos se refieren a temas como: ética empresarial y cumplimiento de estándares nacionales e internacionales en uso de marcas; derechos humanos y calidad de vida laboral en el cumplimiento de normas sobre trabajo infantil y trabajo forzado; cuidado de la salud de los clientes y seguridad laboral; *marketing* responsable y transpa-

rencia en la publicidad de los productos; identificación y aminoramiento de los impactos ambientales; aprovisionamiento responsable; y contratación de mano de obra local. Esta declaración se firma al terminar el proceso de inspección del proveedor y se conoce como "Declaration of Social Responsibility in Factory".

► Proveeduría social- Valor agregado



Permite desarrollar la masa crítica o nichos de mercado de proveedores y consumidores necesarios para satisfacer una demanda creciente en el mercado.

Genera valor al negocio:

Acceso a un segmento creciente de "consumidores responsables". Elementos concretos que enriquecen y fortalecen la marca. Acceso y fidelización a nuevos proveedores.

Genera valor a los proveedores:

Ampliación de sus canales de distribución. Acceso a espacios de desarrollo como proveedor y acompañamiento. Crecimiento empresarial y comercial.

Genera valor social:

Permite el acceso de población vulnerable a economía formal. Refuerza prácticas de producción amigables con el medio ambiente. Apoya el desarrollo de comercio justo y negocios inclusivos.

Programa de proveeduría social

En Sodimac Colombia también buscamos que nuestros proveedores, además de cumplir con los parámetros legales, brinden a sus colaboradores un trato justo, estén comprometidos con el medio ambiente y proporcionen bienes y servicios de calidad con precios competitivos. De esta manera, se busca alinear a los proveedores con nuestros valores y filosofía, fomentando su crecimiento comercial y su comportamiento ético.

Fiel a estos postulados, llevamos a cabo un programa de proveeduría social, que consiste en la vinculación a la cadena de suministro proveedores con características específicas, definidas desde sus atributos de marca y producto. Adicional, en la apertura de almacenes en nuevas ciudades se efectúan ruedas de negocios para conocer y vincular proveedores de la región, con esto se aporta al desarrollo económico de la ciudad en donde inauguramos almacenes.

Con la proveeduría social además agregamos valor al negocio, a los proveedores y a la economía local, así como permitimos desarrollo de la masa crítica o nichos de mercado de proveedores y consumidores necesarios para satisfacer una demanda creciente en el mercado.



Por su parte, los tres aspectos de agregar valor al negocio, a los proveedores y a la economía local significan en su orden:

(a) generación de valor al negocio, se refiere al acceso a un segmento creciente de “consumidores responsables”, a elementos concretos que enriquecen y fortalecen la marca y a la fidelización a nuevos proveedores;

(b) a los proveedores, consiste en la ampliación de sus canales de distribución, al acceso a espacios de desarrollo como proveedor y acompañamiento y al crecimiento empresarial y comercial;

(c) al valor social cuando permite el acceso de población en situación de vulnerabilidad a la economía formal, refuerza prácticas de producción amigables con el medio ambiente, y apoya el desarrollo de un comercio justo y negocios inclusivos.

Caso de éxito: Tecnovó

Dentro de nuestro programa de proveeduría social, apoyamos a organizaciones como Tecnovó, quienes generan espacios de reintegración, reconciliación y oportunidades laborales para el mejoramiento de la calidad de vida de poblaciones vulnerables (personas en extrema pobreza, en condición de discapacidad, desplazados, reinsertados y excombatientes) y sus familias, desarrollando negocios inclusivos que las benefician. El programa cumple una doble función, ayuda la reinserción económica y social de estas poblaciones, ofreciendo espacios de formación, acompañamiento y reconciliación, y por otra parte busca aliados estratégicos para la financiación, producción y comercialización de los productos elaborados por éstos.

La iniciativa surge en 1997, con un taller de producción de velas donde participan sobrevivientes de cáncer y personas en situación de discapacidad, que encuentra en nuestra compañía un aliado interesado en apoyar el desarrollo de éste como proveedor y facilitar su acercamiento al negocio comercializando su producción en la primera tienda que tuvimos en Bogotá. Este tipo de negocios inclusivos generan oportunidades

► Criterios para la elección de proveedores sociales



laborales directas, sencillas, auto-sostenibles y novedosas que benefician y mejoraran la calidad de vida de poblaciones vulnerables.

En este proceso la compañía ha realizado un acompañamiento permanente lo cual le ha permitido a Tecnovó conocer el mercado, desarrollarse y crecer hasta convertirse en un gran proveedor a nivel nacional, incrementando el número de personas participantes beneficiadas, cuya cifra asciende a más de 4.000 personas. En todo este proceso nuestra compañía ha sido pieza clave.

Responsabilidad en la compra de productos de arena y madera

En Sodimac Colombia exigimos el cumplimiento de normas y regulaciones especiales a nuestros proveedores para la comercialización de productos en los casos de agregados (arenas y gravas) y de productos forestales (madera aserrada).

Para los productos derivados de los agregados (arenas y gravas) y a granel y ensacadas, los proveedores deben cumplir localmente con los Certificado de Registro Minero, otorgado por Ingeominas; además de tener Licencia Ambiental, expedida por la autoridad ambiental competente, según corresponda en cada ciudad o departamento, teniendo como soporte la respectiva resolución.

Por su parte, para el caso de productos forestales (madera aserrada), el proveedor debe estar amparado y presentar una copia de Certificado de Registro y Cumplimiento o certificado de cumplimiento de los requerimientos ambientales, otorgado por la autoridad ambiental competente para cada ciudad o departamento, según sea el caso.





Homecenter Colombia



@Homecenter_co

www.homecenter.com.co

