

informe
anual **2011**
SODIMAC COLOMBIA S.A.

CONSTRUCTOR
SODIMAC corona

VENTA A EMPRESAS
SODIMAC corona

 **HOME CENTER**
SODIMAC corona

Apreciados Accionistas,

Los valores que caracterizan a la compañía, la estrategia basada en la pasión por el servicio y la gran familia comprometida que ha conformado su grupo de colaboradores, son lineamientos que le han permitido a SODIMAC Colombia no solo responder a los desafíos económicos, comerciales y sociales, sino sobresalir ante ellos, muestra de lo anterior, es ser hoy a través de su marca Homecenter, la segunda compañía que mas genera bienestar a los colombianos.

Como parte del proceso de crecimiento y expansión de la compañía, durante el año se dio apertura a las tiendas de Calima en Bogotá (Marzo), Montería (Junio), Neiva (Julio) y Manizales (Diciembre), con las cuales se llegó a un total de 23 puntos de venta en todo el territorio nacional.

Los buenos resultados, se llevaron a cabo bajo un entorno en el que la economía colombiana demostró ser sólida al soportar la crisis mundial, con dinámicos comportamientos en inversión extranjera directa, exportaciones y consumo en los hogares. Indicadores como la inflación y el desempleo se ubicaron en el 3.73% y 9.8% respectivamente. Resultados como estos, permitieron la obtención de la Calificación crediticia BBB- con perspectiva estable, otorgada por las calificadoras Standard and Poor's, Moody's y Fitch mostrando la confianza sobre los fundamentales macroeconómicos y en un crecimiento sostenible a mediano plazo.

RESULTADOS 2011 SODIMAC COLOMBIA S.A

El año 2011 fue un periodo de importantes cambios y extraordinarios resultados para la compañía. Con un total de 23 tiendas y 5.562 empleados se superó el nivel de ventas de USD \$1.000 millones, para un total de \$2.009.976 MM, generando un crecimiento por encima del 24%, 14% SSB; en términos de EBITDA, se alcanzó una cifra record de \$205.405 MM, 10,2% sobre las ventas y como resultado neto se llegó a los \$99.492 MM, representados en un crecimiento frente al año anterior del 36% y un porcentaje sobre las ventas del 4,9%.

En cumplimiento de los requerimientos de ley, a continuación se relacionan algunos de los gastos 2011:

- Los gastos de personal ascendieron a \$150.851 MM, cifra que incluye \$7.571 MM de personal temporal.
- Los pagos a todo el personal directivo fueron de \$4.372 MM.
- Es del caso señalar que durante el 2011 no se celebraron operaciones con accionistas y administradores, distintas a las reconocidas en los Estados Financieros y sus notas.
- Honorarios de la revisoría fiscal \$196 MM.
- Pagos por suscripciones \$33 MM.
- Los gastos netos en publicidad y micro-mercadeo (descontada la recuperación) fueron de \$21.571 MM.
- Las obligaciones en moneda extranjera ascienden a la suma de \$125.377 MM.
- Durante el año los gastos financieros fueron de \$32.821 MM, los cuales incluyen \$18.081 MM correspondientes a diferencia en cambio. Así mismo, el ingreso por diferencia en cambio fue \$14.730 MM.



Gestión Humana

Al cierre de 2011, la compañía contaba con 5.562 empleados, 574 temporales y 1.020 empleados de contratistas en funciones de vigilancia y aseo; la cobertura de vacantes fue de 2.160, 426 de ellas con promoción de colaboradores y se realizaron 270.702 horas de capacitación con una inversión de \$2.253 MM.

Por primera vez, SODIMAC Colombia participó de dos grandes encuestas en pro de la calidad de vida y desarrollo de los colaboradores; la primera, a nivel de medición de clima laboral a través de Great Place to Work, gracias a la cual se logró identificar áreas de oportunidad y diseñar un plan de trabajo fuerte para el año 2012, y la segunda en cuanto a competencia salarial a través de la encuesta específica de Retail realizada por AON, la cual arrojó importantes resultados en temas de competitividad en los cargos de tienda.

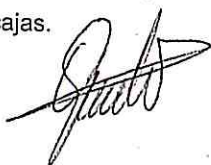
Por otro lado, y como parte del compromiso con el bienestar de los colaboradores, se otorgaron \$1.356 MM en créditos y \$9.479 MM en beneficios como auxilios educativos, medicina prepagada, seguro de vida y primas extralegales.

Como parte de su responsabilidad social, la compañía contribuyó con donaciones en especie para los damnificados del invierno a través de kit solidarios y en dinero a la Fundación Teletón y otras instituciones; así mismo, continuó con el programa "manos capacitadas" que permite hoy ofrecer empleo con contratos a término indefinido a 84 colaboradores en condición de discapacidad.

Tecnología

Soporte vital para la compañía, el área de tecnología afrontó un proceso de reestructuración interno y obtuvo resultados que generaron soluciones eficientes para dinamizar la operación, como:

- Instalación de sistemas tecnológicos :
 - Implementación de un sistema que permite la venta en tienda de productos con existencias en los depósitos de proveedor.
 - Automatización de los procesos de alquiler de herramientas y concesiones.
 - Mandato: venta de servicios de transporte sin IVA.
 - Desarrollos para agilizar los pagos y recaudos de: cartera de crédito directo, cheques posfechados, convenios de financiamiento y donaciones Teletón
- Modernización de equipos de red de la Administración central y cuatro tiendas.
- Instalación del software para automatizar los procesos de tecnología.
- Inicio de pilotos:
 - Reabastecimiento automático de productos para tiendas.
 - Control de compras y presupuesto: sistema para centralizar el proceso de compras.
 - Banco Falabella: desarrollo para manejar las tarjetas Master Card del banco Falabella a través de las cajas.



Gestión Ambiental

Durante el año 2011, se desarrollaron importantes programas en aras de la preservación del medio ambiente, se destacan el reciclaje de 3.030 toneladas de material, ahorros en agua hasta del 47% frente a consumo históricos (15.000 m³) y la medición de la huella de carbono generada en la operación de la compañía (7.542 Ton CO₂-eq) como base para establecer planes de acción que permitan mitigar este impacto. Así mismo, se logro la certificación leed en categoría Plata otorgada a la tienda de Bucaramanga.

Gestión Logística

Se destaca el avance en un 60% del plan maestro de Logística para el año 2020 y la implementación de una nueva estructura organizacional para la cadena de abastecimiento, representada en la constitución de una Gerencia renovada con asiento en el comité de compañía y de tres gerencias en el área de transporte, abastecimiento y distribución.

Gestión Comercial - Mercadeo

A lo largo del año 2011, se realizaron campañas publicitarias que merecieron a la compañía no solo importantes reconocimientos, sino a su vez un posicionamiento destacado entre los consumidores. En el segundo semestre del año, las marcas Homecenter y Constructor se convirtieron en patrocinadores oficiales de la Selección Colombia de Fútbol por 4 años (en todas su categorías) y son ahora la "Casa oficial de la Selección". Por su parte, se lograron premios de publicidad en Wave Festival en Brasil, Sol de San Sebastián en España, Ojo de Iberoamérica en Argentina y Cannes Lions en Francia; la estrategia de redes sociales arroja cerca de 40 mil fans en facebook y 2.000 seguidores en Twitter y las marcas Homecenter y Constructor alcanzan un Top of Mind del 65% conjuntamente. Se destaca también el crecimiento del Círculo de Especialistas, el cual reúne hoy a 120 mil socios y alcanza una participación sobre las ventas de la cadena que supera el 9%.

Informe Especial

En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 29 de la Ley 222 de 1995, la Administración de SODIMAC COLOMBIA S.A. en su calidad de Empresa Controlada del Grupo Empresarial Organización Corona, informa a la Asamblea General de Accionistas que:

1. Durante el período de un año terminado el 31 de diciembre de 2011 ni a la fecha de este informe, SODMAC COLOMBIA S.A. ha concluido ni llevado a cabo operaciones de mayor importancia, de manera directa o indirecta, ni ha tomado o dejado de tomar decisiones de mayor importancia, por influencia o en interés, con Organización Corona S.A., o sus empresas filiales y subordinadas; distintas de las transacciones normales derivadas de la operación del negocio.



2. Las transacciones normales derivadas de las operaciones con Compañías vinculadas, se detallan en la nota 21 a los Estados Financieros.

Así mismo y en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 603 de 2000, se informa que la sociedad ha dado estricto cumplimiento a las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor. Así, la utilización que se ha hecho de obras protegidas por los derechos de autor, ha sido autorizada por sus legítimos titulares y se cuenta con las licencias o autorizaciones respectivas.

El Código de Ética de la Empresa, el cual establece las pautas de comportamientos de la compañía y de todas las personas a ella vinculadas, establece la obligación de respetar los derechos relativos a la titularidad de la información recibida o a la que se tiene acceso con ocasión de su vinculación a la sociedad. Así mismo, se prohíbe el uso o aprovechamiento de software no licenciado o autorizado expresamente por la compañía, así como copiar o reproducir de cualquier manera y para cualquier propósito el software que ésta haya licenciado.

La declaración de entendimiento y compromiso con el cumplimiento del código de ética se realiza al momento de contratación de empleados, proveedores y distribuidores, manifestación que en el caso de todos los empleados y de los proveedores y distribuidores críticos se renueva anualmente.

Existe una política de protección de la propiedad intelectual y derechos de autor, mediante la cual se establecen las pautas y lineamientos que permiten proteger de manera correcta la propiedad industrial e intelectual de la Empresa.

Eventos posteriores al cierre

Al momento de emitir este informe no se presentan transacciones o decisiones que pudieran afectar en forma significativa los resultados de la compañía, adicionales a los mencionados en las notas a los estados financieros.

Las operaciones celebradas con los accionistas, con los administradores y con empresas vinculadas, así como los datos contables pertinentes, aparecen reflejados en los estados financieros que se someten a su consideración.

Perspectivas


Son muchos los retos a los que SODIMAC Colombia se enfrentará, algunos de ellos requerirán dar continuidad a las acciones a hoy desarrolladas y otros, el comienzo de procesos y nuevas estrategias que permitan seguir consolidando nuestras marcas como las preferidas por los hogares colombianos. Se contempla para ello, entre otros aspectos, la apertura de seis tiendas a nivel nacional, lo que contribuirá no solo al cumplimiento del plan de expansión, sino a la generación de 1.200 empleos directos aproximadamente.

Pilares como la innovación, la excelencia en el servicio a clientes y proveedores y el fortalecimiento de la cultura organizacional, serán el eje sobre el cual se lograrán los objetivos propuestos.



Agradecimientos

Para concluir, la compañía quiere agradecer a quienes han permitido construir esta gran familia como lo es hoy SODIMAC Colombia; a nuestros accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, contratistas y a cada uno de aquellos que han sido parte esencial en la obtención de estos excelentes resultados y que acompañan su caminar día tras día haciendo sus pasos mas firmes y construyendo juntos una compañía fuerte, capaz de hacer frente en todo momento a los constantes desafíos presentes en el tiempo.



Enrique Gundermann W.
Gerente General

La Junta Directiva hace suyo el presente informe:

Principales

Carlos Enrique Moreno Mejía
Álvaro Andrés Echavarría Olano
Julio Manuel Ayerbe Muñoz
Juan Bautista Cúneo Solari
Sandro Solari Donaggio.

Suplentes

Daniel Echavarría Arango
Pedro Miguel Navas Sanz de Santamaría
José Eugenio Muñoz Meendez
Rodrigo Agustín Fajardo Zilleruelo
Jorge Alberto Villaroel Barrera