

2020

Por una ciudad justa

CHO
PARA CHILE



Reporte de Sostenibilidad



Sobre este informe

(102-45; 102-50; 102-51; 102-52;
102-53; 102-54)

En este 14° Reporte de Sostenibilidad, Sodimac Chile da cuenta de su gestión económica, social y ambiental en el período desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2020 (reportes anteriores en www.sodimac.cl). Se excluye la gestión de la filial Imperial S.A. en Chile y las unidades de negocio en otros países, que publican sus propios reportes de sostenibilidad, disponibles en las páginas web correspondientes.

Este reporte permite cumplir con la Comunicación de Progreso del Pacto Global de las Naciones Unidas y el compromiso de la organización con los diez principios que éste define, que buscan fortalecer los derechos humanos, las normas laborales, la protección del medioambiente y la lucha contra la corrupción.

Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI (Global Reporting Initiative).

Agradecemos sus comentarios y sugerencias:

Juan Carlos Corvalán R.

Gerente de Asuntos Legales y Sostenibilidad
E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.

Subgerente de Sostenibilidad
E-mail: purbina@sodimac.cl





(102-1; 102-3; 102-56)

Sodimac S.A.

Rut: 96.792.430-k
Dirección: Av. Presidente Eduardo Frei Montalva N° 3092
Renca, Santiago de Chile.
www.sodimac.com

Coordinación y edición de contenidos:

Pablo Urbina M.
Marcela Erazo P.

Redacción:

Transparentia Consultores

Verificación Externa:

La consultora CC&SS Assurance de EY realizó el proceso de verificación externa de este reporte, con el objetivo de asegurar la precisión y confiabilidad de la información. Su carta de verificación se puede revisar en la página 134 del documento.

Diseño:

Espacio Vital

Fotografías:

Archivo Sodimac

Contenidos

Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile	5	Nuestros Proveedores	74
Sodimac y su Entorno	8	Nuestros Clientes	85
<ul style="list-style-type: none"> • Contexto del Retail • Marco Estratégico • Sodimac en América Latina • Cadena de Valor 		Compromiso con el Medioambiente	95
Crecimiento Responsable	18	Compromiso con la Comunidad	109
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento Responsable en Chile • Construyendo la casa del Futuro • Compromiso con la Sostenibilidad • Estructura Interna 		Anexos	118
Gobierno Corporativo y Ética Empresarial	42	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo Económico • Dotación Sodimac Chile • Inventario de Emisiones de GEI • Índice GRI • Carta de Verificación Externa • Cuestionario de Retroalimentación • Glosario 	119 121 126 128 134 135 136
Nuestros Trabajadores	55		



Mensaje del Gerente General de Sodimac Chile

(102-12; 102-14)



Tras un año que fue muy duro para las personas y también para las empresas, compartimos con ustedes el 14° Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Chile, que da cuenta de nuestro desempeño económico, social y medioambiental en ese periodo, conforme a los compromisos que hemos asumido con las distintas partes interesadas en el marco de nuestra política de sostenibilidad.

Eduardo Mizón
Gerente General Sodimac Chile

Al iniciar 2020 nunca imaginamos que una pandemia nos golpearía con toda su fuerza y enfrentaríamos uno de los momentos más difíciles de la historia reciente, no sólo en Chile, sino que en todo el mundo.

Tras un año que fue muy duro para las personas y también para las empresas, compartimos con ustedes el 14° Reporte de Sostenibilidad de Sodimac Chile, que da cuenta de nuestro desempeño económico, social y medioambiental en ese periodo, conforme a los compromisos que hemos asumido con las distintas partes interesadas en el marco de nuestra política de sostenibilidad.

La pandemia puso a prueba la capacidad de resiliencia de cada uno de nosotros y como en otras emergencias nuestra empresa hizo todos los esfuerzos para apoyar a la población con el abastecimiento de bienes esenciales, pero operando responsablemente, teniendo siempre como prioridad la salud de trabajadores, clientes y proveedores, para lo cual implementamos medidas y estrictos protocolos que cumplieron con los requerimientos de la autoridad e incluyeron resguardos adicionales.

Agradezco a cada una de las personas que trabajan en Sodimac por su enorme compromiso en estos meses en que pese a todos esos resguardos era muy comprensible que en algunos momentos sintieran miedo e incertidumbre, por lo que hemos estado apoyando y atentos a su situación personal y de sus familias en la pandemia. Muchas de las medidas que adoptamos surgieron a partir de sugerencias de nuestros compañeros y compañeras de equipo, y contamos con el apoyo de las organizaciones

sindicales para enfrentar esta emergencia de forma mancomunada, siempre sobre la base del diálogo, colaboración y confianza, lo que también valoramos enormemente, al igual que el trabajo conjunto con los proveedores que contribuyó a asegurar la provisión de bienes esenciales a la población.

Los hábitos de consumo de los clientes cambiaron. El hogar cobró una relevancia trascendental, convirtiéndose en el lugar de refugio, trabajo, escuela y entretenimiento, y en consecuencia la demanda por materiales de construcción y productos para mejorar y adaptar los espacios aumentó con un crecimiento exponencial también en las compras vía web y otros canales remotos, con clientes que a su vez querían menores tiempos de entrega.

Dadas las restricciones existentes para operar, nuestras capacidades se vieron tensionadas a niveles nunca vistos y los equipos comerciales, de operaciones y logística trabajaron para ampliar capacidades en las fuentes de abastecimiento de inventario y mejorar los cumplimientos en las entregas, avanzando para implementar servicios exprés de despacho desde las tiendas, en el mismo día y 48 horas. Implementamos protocolos especiales para los despachos a domicilio sin contacto, mejoramos los espacios de retiro en tienda y desarrollamos nuevas modalidades de entrega como el servicio al auto, para que los clientes puedan recoger productos directamente.

Pese a todos esos esfuerzos, en algunos casos fallamos. Lamentamos mucho no haber podido mantener siempre los niveles de servicio a los que estamos acostumbrados en tiempos normales y estamos haciendo todos los esfuerzos para solucionar cada uno de aquellos casos y tomar las medidas que nos permitan incrementar los niveles de cumplimiento hacia adelante. Nuestros equipos

“Si bien nuestra operación permitió entregar bienes esenciales a la población, tenemos muy claro que nuestro aporte no se circunscribe a mantener el abastecimiento. Las grandes empresas debemos colaborar y actuar responsablemente en toda la cadena de valor, y nos esforzamos en ese sentido con acciones concretas”.

se esmeran diariamente para mejorar la experiencia que entregamos a los clientes, hemos tomado una serie de medidas correctivas y en 2021 ya estamos con niveles de reclamos similares a los del periodo prepandemia.

Si bien nuestra operación permitió entregar bienes esenciales a la población, tenemos muy claro que nuestro aporte no se circunscribe a mantener el abastecimiento. Las grandes empresas debemos colaborar y actuar responsablemente en toda la cadena de valor, y nos esforzamos en ese sentido con acciones concretas.

Durante los primeros tres meses de la pandemia, congelamos los precios de artículos de higiene y aseo para evitar alzas especulativas y limitamos las unidades por cliente.

A través de los videos Hágalo Usted Mismo estuvimos presentes en los hogares enseñando a ahorrar y a realizar proyectos de todo tipo. Además, mantuvimos las capacitaciones a los maestros y maestras en nuestro programa Círculo de Especialistas Sodimac (CES), ahora en formato digital, con una asistencia virtual sorprendente de más de 200 mil personas en la Gran Feria de Capacitación Online, de las cuales aproximadamente 12 mil fueron mujeres, y sobre 305 mil capacitaciones.

Adicionalmente, continuamos innovando en conjunto con diversas startups, focalizándonos en las necesidades y experiencia de los clientes. Esto llevó, por ejemplo, al desarrollo de servicios de venta online asistida y de decoración online utilizando videollamadas, lo que permitió que los clientes, sin salir de su hogar, contaran con la ayuda experta de vendedores para seleccionar y comprar productos, y pudieran acceder a la asesoría personalizada de decoradores expertos para adecuar las viviendas a la nueva realidad de vida y trabajo. En conjunto con la startup Lazarillo, el servicio de venta asistida se hizo extensivo también a personas con discapacidad visual, lo que permitió guiarlos y mejorar su experiencia en la web.

En un 2020 muy desafiante en aprovisionamiento, entrevistamos a más de 30 proveedores para hacer un diagnóstico de los problemas por la pandemia y ver ámbitos de mejora en su relación con Sodimac, y de esta forma desarrollar una estrategia de apoyo. También dimos asesoría y espacio a microemprendedores para que ampliaran sus clientes y vendieran sus productos a través de nuestro Marketplace sin cobros de comisión durante tres meses.

En lo social, apoyamos a la comunidad con diferentes iniciativas junto a nuestros aliados, participando en campañas de Movidos x Chile y TECHO que beneficiaron a familias en situación de vulnerabilidad. Con TECHO, entregamos este año tres proyectos de viviendas definitivas en Santiago, Valparaíso y Copiapó, consistentes en departamentos diseñados y construidos con las mismas familias, lo que benefició a aproximadamente 1.100 personas. También, contribuimos a la campaña Red de Alimentos y a la iniciativa de la CPC de entrega de cajas de alimentos. A lo anterior se suma la entrega de materiales y productos al plan Protege Calle del Ministerio de Desarrollo Social y Familia, y a los hospitales de Valdivia, La Calera y al Hospital de Emergencia Huechuraba. Lamentablemente, dadas las condiciones sanitarias, este año no se pudo desarrollar el programa comunitario de voluntariado corporativo “Construyendo Sueños de Hogar”, una iniciativa que busca contribuir al desarrollo de las comunidades ubicadas en el entorno de nuestras operaciones, lo que esperamos reprogramar tan pronto sea posible.

Pero la coyuntura no nos alejó de nuestros compromisos de largo plazo. Durante 2020, seguimos avanzando en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que nos hemos comprometido, para así gestionar y reducir los impactos negativos de nuestro negocio y generar valor para el entorno.

En el año desarrollamos un plan de inversiones de \$46 mil millones, que incluyó la apertura de tres tiendas, que nos permiten servir mejor zonas con nuevos desarrollos inmobiliarios en Quilín y Chicureo, en Santiago y en la ciudad de Antofagasta. En paralelo, seguimos integrando las tiendas físicas con los canales digitales,

incorporando espacios para sorprender, inspirar, tocar y probar los productos, que se complementan con la experiencia online. Avanzamos en digitalizar cada vez más la oferta de productos y servicios, ampliar las capacidades tecnológicas, automatizar, fortalecer los procesos logísticos y potenciar la interacción con los consumidores, entre otras cosas.

La formación integral a nuestros trabajadores es fundamental y tuvimos una especial preocupación de no interrumpirla por la emergencia sanitaria. Se reconvirtieron a versiones e-learning numerosos cursos, lo que permitió tener más de 108 mil horas de capacitación, que beneficiaron a más de 6 mil trabajadores.

La diversidad e inclusión fueron otro foco durante 2020. Participamos en el Programa de Mentoría de Pride Connection y se lanzó el Protocolo de Transición de Género, apoyando también el proceso de transición a través del seguro complementario de salud. Además, suscribimos el programa TGE de la ONU, para desarrollar nuevas prácticas que aborden la equidad de género y pusimos en marcha un nuevo protocolo de violencia de género junto con una campaña para prevenir toda forma de violencia hacia la mujer. Sodimac tiene un Programa de Inclusión para Personas en Situación de Discapacidad que brinda condiciones para que toda persona pueda desempeñarse en la empresa en igualdad de condiciones. Cabe señalar que, gracias a este esfuerzo por entregar oportunidades laborales a personas con discapacidad, Sodimac obtuvo en 2020 el sello de Empresa Inclusiva entregado por la fundación Best Buddies Chile.

Mantuvimos un diálogo permanente con nuestras organizaciones sindicales. En el año logramos un acuerdo

con el Sindicato Homecenter a partir de una negociación colectiva no reglada, lo que abarcó al 39% de la dotación de la empresa.

No dejamos de lado la urgente lucha contra el cambio climático. En nuestra meta de rebajar las emisiones directas en 30% al 2021 y ser carbono neutral al 2030, seguimos aumentando nuestro abastecimiento con energías renovables. Durante el año, instalamos paneles fotovoltaicos en otras 20 tiendas, con lo que completamos 48, proceso que continuará en 2021.

Recibimos la certificación del programa Giro Limpio de la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE). La iniciativa reconoce en el caso de las empresas generadoras de carga a las que movilizan al menos la mitad de ésta en camiones con sello Giro Limpio, es decir, que sean de compañías transportistas comprometidas con la eficiencia energética y reducción de emisiones. En nuestro propósito de avanzar progresivamente en electromovilidad, la AgenciaSE nos seleccionó asimismo para participar en la Aceleradora de Electromovilidad 2020.

En reconocimiento a las acciones para disminuir el impacto de las emisiones, recibimos nuevamente los sellos de Cuantificación y Reducción del Programa Huella Chile del Ministerio de Medio Ambiente y, por segundo año, el de Excelencia, el que solo nuestra empresa ha obtenido en el sector retail.

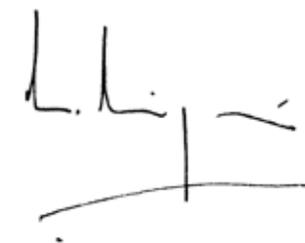
La pandemia nos obligó a cerrar durante algunos meses nuestros puntos limpios de Arica a Chiloé, que opera TriCiclos y que normalmente están abiertos a la comunidad para facilitar el reciclaje y la disposición

responsable de residuos. Esta actividad fue reconocida como esencial por la autoridad, procediéndose a una reapertura paulatina en diferentes comunas lo que se hizo con un protocolo seguro para cuidar la salud de los usuarios y de quienes operan los puntos limpios. Pese a su cierre temporal, tuvimos muy buenos resultados en 2020: sobre 268 mil visitas y más de 2,4 millones de kilos de material recuperado.

Continuamos este año con la iniciativa “Haciendo Eco” con sobre 4.400 productos sustentables disponibles para los clientes, algunos de los cuales se fabricaron con material reciclado de los puntos limpios de Sodimac. En el período, seguimos fortaleciendo nuestro gobierno corporativo. Ajustamos las matrices de riesgos a la nueva realidad en pandemia y se realizó un fuerte trabajo preventivo. Aceleramos el desarrollo de distintos indicadores de auditoría y control continuo para un monitoreo permanente en paneles de vigilancia de auditoría interna, procesos financiero-contables, gestión de personas, proveedores e infraestructura, que permitió estar revisando las distintas situaciones de riesgo que podrían afectar a la compañía y tomar las medidas correspondientes.

Aprovecho esta carta para reiterar nuestro firme compromiso con los principios rectores de Derechos Humanos y del Pacto Global de las Naciones Unidas, las directrices OCDE para empresas multinacionales, los protocolos del Global Reporting Initiative (GRI), así como los compromisos asumidos voluntariamente como parte de los ODS. Desde ya agradecemos cualquier observación o sugerencia que nos puedan dar para disminuir nuestras brechas y continuar avanzando en la integración de la sostenibilidad en Sodimac.

Esperamos que nuestro país deje paulatinamente atrás la crisis sanitaria en 2021, pero estamos conscientes de que esta tuvo efectos que nos golpearán a todos severamente por años y que solo podremos enfrentar de manera colaborativa. En el período post pandemia, volcaremos todas nuestras capacidades para aportar a la reactivación económica, social y medioambiental, y seguiremos esforzándonos por corregir nuestros errores, mejorar y responder a las expectativas de los diferentes grupos de interés en un mundo que seguirá en permanente transformación.



Eduardo Mizón
Gerente General Sodimac Chile



Sodimac y su entorno



Contexto del retail

(102-15)

La pandemia aceleró las profundas transformaciones que está viviendo el retail, generando cambios drásticos en las dinámicas y capacidad de consumo, y una revalorización del hogar. Significó restricciones estrictas a la operación, con centros de distribución que han operado al máximo de su capacidad para satisfacer el crecimiento exponencial en comercio electrónico.



Aceleración de los canales digitales y cambios en el consumo

En términos de comportamiento de consumo, en estos meses se ha experimentado una aceleración de los canales digitales que se calcula en alrededor de 5 años. Con las cuarentenas y restricciones de desplazamiento, las ventas por internet crecieron exponencialmente. Los clientes vieron en el comercio electrónico una mejor alternativa para satisfacer sus

necesidades a un click de distancia, sin moverse de sus hogares ni exponerse innecesariamente. Esto se vio acompañado de una tendencia a exigir menores tiempos de despacho, mayores niveles de cumplimiento y de servicio, lo que llevó a las empresas a acelerar el desarrollo de nuevas capacidades.

Rol protagónico del hogar

La casa tomó un rol protagónico por la emergencia sanitaria, tendencia que se mantendrá según distintos estudios de clientes. Pasamos muchas más horas en el hogar, las familias han cambiado sus dinámicas adecuando los espacios de sus viviendas, ya sea pensando en mejorar las condiciones para trabajar, estudiar, hacer ejercicio, cocinar, descansar o entretenerse, y hacerlos también multifuncionales.

Consumidor ciudadano

Los clientes no han dejado de lado la dimensión ciudadana en sus decisiones. Están muy conscientes de sus derechos y esperan que las empresas vayan mucho más allá de su rol económico tradicional, y se comprometan con aquellas causas que movilizan a las personas, aportando decididamente en la lucha climática y en la solución de problemáticas sociales que afectan al país y el planeta.

En respuesta a estos cambios, Sodimac se ha enfocado en profundizar la integración de la sostenibilidad en su estrategia y acelerar el proceso de transformación digital, con miras a evolucionar la propuesta de valor y mejorar la experiencia de los clientes.

Desde hace años, la empresa trabaja en digitalizar cada vez más la oferta de productos y servicios, integrar tiendas y capacidades en línea, mejorar procesos logísticos y fortalecer la interacción con los consumidores, y este período de pandemia se convirtió en una oportunidad para profundizar y acelerar estos procesos.

En materia de transformación digital Sodimac está trabajando en una serie de ámbitos que incluyen estrategia e innovación; toma de decisiones basadas en el viaje de compra del cliente; desarrollo de una cultura ágil; ampliación de capacidades tecnológicas; automatización e incorporación de inteligencia artificial en procesos y decisiones; inteligencia de negocios y toma de decisiones basadas en datos. Todo esto siempre guiados por el propósito de la compañía, que permea todo lo que hace, que es: Juntos construimos sueños y proyectos de hogar.



Medidas en escenario de pandemia

(102-10)

Sodimac desarrolló una serie de acciones en respuesta a las necesidades de distintos stakeholders durante la pandemia:

- La empresa se concentró en mantener la operación cuidando la salud de trabajadores, clientes y proveedores, para proveer a los clientes artículos de primera necesidad y de consumo general.
- Para ello, se establecieron una serie de medidas y estrictos protocolos bajo el concepto "Tienda Sana" que no solo cumplen con los requerimientos de la autoridad, sino que contemplan acciones de resguardo adicionales en la operación de tiendas y se priorizó el comercio electrónico con un protocolo de entrega sin contacto para los pedidos.
- Se privilegió el teletrabajo y se redujeron los horarios de las tiendas para adecuar los turnos y mantener a los trabajadores de grupos de riesgo cuidándose en sus hogares.
- En respuesta a la necesidad de los clientes de mejores tiempos de entrega, se trabajó en ampliar capacidades en las fuentes de abastecimiento de inventario y mejorar los cumplimientos en las entregas. Se implementaron servicios exprés de despacho desde las tiendas y same day delivery, y se avanzó en las nuevas modalidades de retiro, mejorando los espacios de click & collect en tiendas y habilitando el servicio de click al auto, para

que los clientes puedan recoger productos directamente sin necesidad de interactuar con el personal. También, como complemento a las capacidades propias, para dar más alternativas a los clientes, se sumaron puntos click & collect en instalaciones de otras empresas del grupo Falabella, donde los clientes de Sodimac pueden retirar también sus productos.

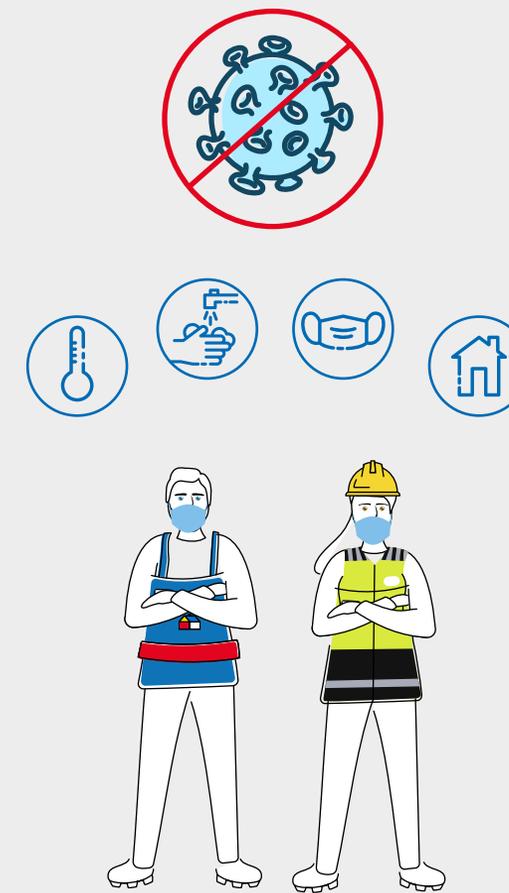
- Sodimac congeló los precios de productos de higiene y aseo para evitar alzas especulativas y limitó las unidades por cliente.
- En materia de derechos del consumidor, eliminó los plazos para hacer reclamos y exigir garantías, también compensó a los clientes cuando no pudo cumplir con su promesa.
- La empresa abrió su marketplace a los microemprendedores, para apoyarlos en la crisis provocada por la pandemia, les entregó capacitación y soporte gratuito, sin cobrar comisión por sus ventas durante tres meses.
- Se implementaron los servicios de asesorías Venta Online Asistida (VOA) y Asesoría en Decoración Online (ADO), que ayudaron a potenciar la experiencia de compra de los clientes desde sus hogares:

El primero permite que un vendedor asesore a los clientes a través de la web por medio de una videollamada. En

conjunto con la startup Lazarillo, se logró llevar esta innovación a personas ciegas o parcialmente ciegas, lo que hizo posible guiar su navegación y experiencia de compra en la web. Adicionalmente, esto permitió incorporar a la fuerza de venta con la modalidad de teletrabajo, logrando así mantenerlos activos y seguros en sus hogares.

La asesoría en decoración online, en tanto, contribuyó a democratizar el diseño en el hogar a través de una asesoría personalizada por videollamada, donde los clientes son asesorados por decoradores expertos con el fin de adecuar sus viviendas a la nueva realidad de vida y trabajo.

- Sodimac acompañó a sus audiencias y clientes en una etapa de confinamiento donde se requería asesoría para realizar actividades y mejorar espacios dentro de la casa y en el caso de los especialistas, para su trabajo. Se desarrollaron contenidos especiales de asesoría, a través del canal de YouTube y Lives del Hágalo Usted Mismo. En 2020, se estrenaron 98 nuevos videos en el canal de YouTube, que consiguieron más de 90 millones de visualizaciones totales.
- La Gran Feria online fue uno de los hitos de capacitación del año, que convocó a más de 200 mil visitantes del mundo de la construcción, el 12% de los cuales fueron especialistas mujeres, quienes tuvieron la oportunidad de asistir durante las diferentes jornadas a más de



100 cursos online a cargo de empresas proveedoras y recibir sobre 305 mil capacitaciones sobre temas tributarios, de emprendimiento y cursos Sence, entre otros.

- En 2020, también se realizaron 40 eventos en formato Lives para entregar capacitación técnica, algunos de los cuales tuvieron convocatorias superiores a los 4 mil espectadores, aparte de ser reproducidos más de 2 millones de veces.
- 6.723 maestros se capacitaron en 9 cursos online y 6 cursos semi presenciales con INACAP. Esta cifra es 270% mayor a 2019.
- La Red Nacional de Puntos Limpios fue definida por la autoridad como una actividad esencial y siguió operando con un protocolo especial.
- Se mantuvo el flujo de declaraciones en el sistema de Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC), iniciativa del Ministerio de Medio Ambiente para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información de emisiones, residuos y transferencias de contaminantes de las organizaciones.
- Sodimac se coordinó con las organizaciones sociales con las que se tiene alianza para apoyar requerimientos y entregar ayuda a la comunidad.

- En el caso de TECHO, se apoyó la Campaña Chile Comparte Vivienda realizada junto a Fundación Vivienda, que buscó construir 500 viviendas básicas, y en lo que respecta a Movidos x Chile, se colaboró en su campaña en ayuda a personas y familias en situación de vulnerabilidad. También se apoyó a la Red de Alimentos, junto a otras empresas Falabella, así como la iniciativa de la CPC de entrega de cajas de alimentos, y se distribuyeron materiales y productos al Plan Protege Calle del Ministerio de Desarrollo Social y Familia, y a los hospitales de Valdivia, La Calera y al Hospital de Emergencia Huechuraba.
- La alianza entre TECHO-Chile y Sodimac permitió entregar este año tres proyectos habitacionales consistentes en departamentos diseñados y construidos con las mismas familias, lo que benefició a aproximadamente 1.100 personas.
- Trabajo preventivo: se buscó identificar riesgos asociados a la pandemia, su efecto en los equipos de trabajo, en la labor de las tiendas, centros de distribución y en la relación de Sodimac con sus clientes. Las matrices de riesgos se ajustaron a esta nueva realidad y se desarrollaron labores preventivas en todos los estamentos de la compañía.



Marco Estratégico

(102-16)

Entendemos el valor que tiene la Casa para la calidad de vida de las personas. Eso es lo que le da sentido y trascendencia a nuestro trabajo: mejorar hogares, barrios, comunidades, ciudades y la sociedad en general. Juntos cuidamos la casa de todos.



Propósito

Juntos construimos sueños y proyectos de hogar.

Nuestros valores y cómo se viven



Respeto

Somos alegres, sencillos y respetuosos con todas las personas, valoramos la diversidad, confiamos y escuchamos sin prejuicios.

Excelencia

Somos orientados al servicio, poniendo al cliente en el centro siempre. Hacemos las cosas bien, colaboramos, innovamos y buscamos ser cada vez mejores.

Integridad

Somos honestos, transparentes, justos y buscamos ser coherentes entre lo que decimos y hacemos.

Responsabilidad

Somos responsables en todas nuestras relaciones, haciéndonos cargo de todo lo que hacemos y los impactos que generamos en el presente y futuro.

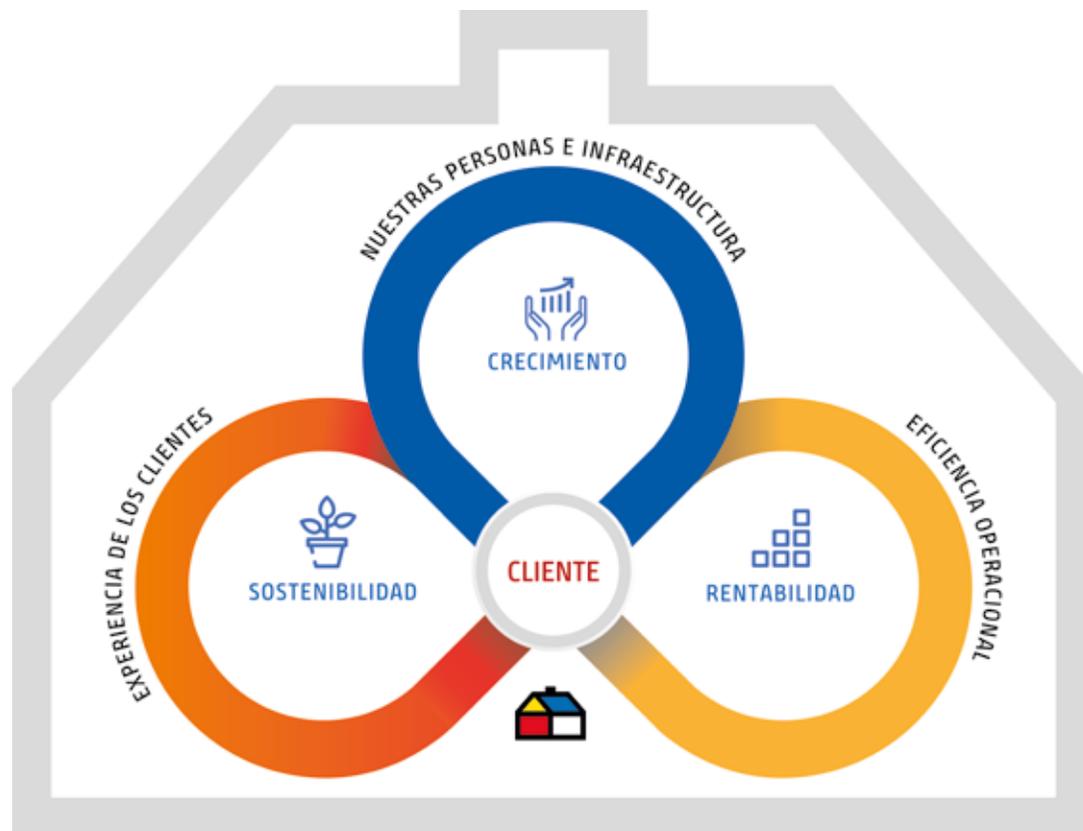
Misión

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

Visión

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

Focos estratégicos



EXPERIMENTACIÓN Y VELOCIDAD

- Hacer que las cosas pasen
- Crecer por nuestros logros
- Atreverse a probar cosas diferentes

CLIENTE AL CENTRO

- Superar sus expectativas
- Conocer y escuchar al cliente
- Tomar decisiones en función de la data

COLABORACIÓN

- Ser un solo equipo
- Aprender de otros
- Juntos generar las mejores soluciones

MENTALIDAD DE CAMBIO

- Actuamos con sentido
- Aprendemos y desaprendemos
- Incorporar nuevas metodologías y conocimientos

Sodimac en América Latina

(102-2; 102-4; 102-5)



Sodimac es la filial de mejoramiento del hogar de Falabella, una de las principales plataformas de retail de América Latina, que controla el 100% de su propiedad a través de dos sociedades: Inversiones y Prestaciones Venser Seis Limitada. (99,9999986%) e Inversiones Parmin SpA (0,0000014%).

La empresa opera en siete países. Las inversiones fuera de Chile se desarrollan a través de filiales de la compañía matriz y se realiza una gestión coordinada de las operaciones en los diferentes mercados.

Colombia	2018	2019	2020
Tiendas	40	40	40
Trabajadores	8.933	9.039	9.121
Superficie de venta (m ²)	385.290	386.256	386.256

Perú	2018	2019	2020
Tiendas	56	55	56
Trabajadores	9.684	9.891	9.738
Superficie de venta (m ²)	372.382	376.264	385.217

Argentina	2018	2019	2020
Tiendas	9	9	8
Trabajadores	1.696	1.295	807
Superficie de venta (m ²)	94.073	94.073	84.826

Brasil	2018	2019	2020
Tiendas	53	53	53
Trabajadores	3.320	3.530	3434
Superficie de venta (m ²)	163.746	172.112	174.280

Uruguay	2018	2019	2020
Tiendas	3	3	3
Trabajadores	441	449	830
Superficie de venta (m ²)	24.849	24.849	24.849

México	2018	2019	2020
Tiendas	3	5	6
Trabajadores	800	1.132	988
Superficie de venta (m ²)	34.610	57.209	65.628

Desarrollo operativo de Sodimac Chile

(102-4; 102-6; 102-7; 102-10)

Sodimac tiene **72** tiendas distribuidas en **42** ciudades a lo largo de Chile.



	2018	2019	2020
Puntos de venta	74	74	72
Trabajadores	18.156	18.020	15.145
Superficie de venta (m ²)	669.775	686.258	689.678

Nota:

- La dotación incluye las empresas: Sodimac, Sodilog y Trainemac.
- Se excluyen las cifras de la filial Imperial, que tiene 13 tiendas y una superficie de ventas de 71.302 m².
- En 2020 se cerraron las tiendas Homy de Open Kennedy, Plaza Vespucio y Plaza Egaña, en el marco de la puesta en marcha de la franquicia IKEA. También se cerró la tienda Constructor Talcahuano como parte del proceso de eficiencias.
- La cifra de puntos de venta 2020 no incluye las 2 tiendas que fueron quemadas en 2019.

Cadena de valor

(102-2; 102-6; 102-7; 102-9)

Sodimac integra la sostenibilidad en toda su cadena de valor, desde el suministro a los clientes hasta el ciclo final de vida de los productos que comercializa. En cada capítulo de este Reporte se detallan eslabones y partes interesadas de esta cadena de valor.

Cadena de Suministros

5.851 proveedores de productos y servicios.
81% de origen nacional.

12 evaluaciones sociales de estándares de salud y seguridad de trabajadores, DD.HH., medioambiente y laboral.

313 proveedores inscritos en Sedex.
Apoyo a **microemprendedores:** **1.800** productos diferentes en Marketplace.



Logística

Áreas click & collect en **100%** tiendas, **5** tiendas click al auto y **69** puntos click & collect en otras instalaciones de Falabella.

478.478 m² de almacenamiento total (**147.263 m²** propios).

100% despachos última milla a clientes de Sodimac Chile son carbono neutral.

En Chile: **9** Centros de distribución y bodegas.

Huella de carbono: **40%** emisiones de GEI de Sodimac S.A. son generadas por transporte de productos. Sello Excelencia de Huella Chile (Min. Medio Ambiente) por gestión de GEI y certificación Giro Limpio (AgenciaSE), más del **50%** de la carga se moviliza en camiones certificados.

Comercial

+120 mil productos y servicios (SKU) en tiendas y Sodimac.com. **+4.300** productos sustentables.

72 tiendas.

689.678 m² superficie de venta.

"Tienda Sana": operación en pandemia con estrictos protocolos

Más de **42 millones** de transacciones en **2020**.

Nueva área Jardín Pro en Homecenter Quilín, para cliente profesional jardinería y piloto de tienda **Sodimac Express**.

Mercados: Mejoramiento del hogar y especialista.

Sodimac.com: **+235** millones de visitas y **+3,3** millones transacciones.

App Sodimac: **+2,5** millones visitas y **+600** mil descargas.



Innovaciones en servicios 2020: Asesoría en Decoración Online (asesoría personalizada en decoración) y Venta Online Asistida (asesoría de vendedores a través de videollamada). En conjunto con Lazarillo, este último servicio se extendió también a personas ciegas.



20 Puntos Limpios Sodimac: **2.409.822** kilos recuperados, **+268** mil visitas de comunidad.

Reclamos representan **1,04%** del total de transacciones

+1,9 millones de suscriptores canal de YouTube tutoriales Sodimac.

Gran Feria Online reunió **+200** mil especialistas construcción, con **+100** cursos.

NPS en tiendas y canales de contacto mide satisfacción y experiencia de clientes.



Uso y posconsumo

+250 mil socios en Chile del programa Círculo de Especialistas (CES), **+4** mil maestros capacitados.

Clientes: Familias; maestros contratistas y pequeños especialistas; empresas constructoras medianas y grandes.





Crecimiento Responsable



Crecimiento Responsable en Chile

(102-11; 102-26; 102-29; 103-2)

La contingencia sanitaria obligó a cambiar el centro de gravedad de las acciones que Sodimac Chile se encontraba desarrollando en el ámbito del crecimiento, la rentabilidad y la sostenibilidad, generando iniciativas de corto plazo para enfrentar la pandemia y diseñando un nuevo plan estratégico con metas a 2025.

Estrategia de Sodimac al 2025

Sodimac venía ejecutando una serie de acciones dentro del marco de un Plan Estratégico Quinquenal con miras al 2023, cuyo foco apuntaba a fortalecer tres grandes pilares: brindar la mejor experiencia al cliente, avanzar en transformación digital y elevar la eficiencia organizacional.

Sin embargo, se concluyó que gestionar una estrategia de mediano-largo plazo en un año marcado por la volatilidad e incertidumbre provocadas por la pandemia de Covid-19 obligaba a repensar y adecuar el modelo. Consecuentemente, la compañía procedió a ejecutar acciones de corto plazo buscando apoyar y guiar al negocio en medio de un escenario inesperado y desafiante y, finalmente, refrescar la estrategia de largo plazo.

En consecuencia, en octubre de 2020 la empresa lanzó un nuevo plan rumbo al 2025, que recoge los cambios experimentados por el negocio como también complementa y presenta sinergias con el ecosistema corporativo.

Para enfrentar la pandemia la empresa aplicó a lo largo de cuatro meses un Plan de Contingencia que se basó en tres ejes: Salud y Seguridad de las Personas, Cuidado del Negocio y Gestión Financiera.

Bajo estos lineamientos, al comenzar la emergencia sanitaria la empresa buscó asegurar sus niveles de liquidez, y en paralelo iniciar acciones con foco en sus públicos de interés (más información en capítulo Sodimac y su Entorno, y en los correspondientes capítulos del reporte).



La importancia del “Equipo SWAT”

Durante la pandemia se organizó un modelo de trabajo liderado por el conjunto de gerentes de la empresa, grupo que recibió el nombre “SWAT team”.

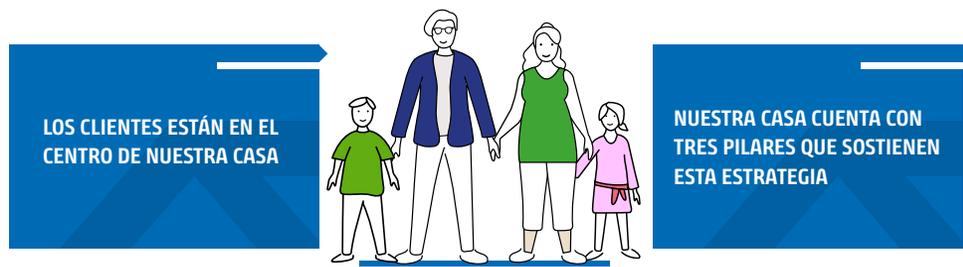
Este equipo de carácter multidisciplinario y proveniente de distintos niveles de la organización sesionó de manera recurrente manteniendo canales de comunicación directos tanto a nivel del grupo como con el resto de la compañía, aplicando criterios de flexibilidad que permitieron la

adopción de decisiones de manera ágil y con una asignación clara de responsabilidades.

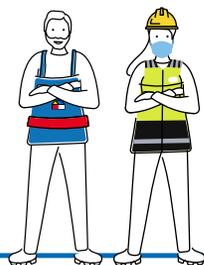
El modelo incorporó un seguimiento exhaustivo de los acuerdos y una medición del impacto efectivo de las decisiones.

Como resultado, todas las acciones impulsadas por Sodimac en el día a día de la crisis sanitaria contaron con el impulso y apoyo activo del Equipo SWAT.

Construyendo la casa del Futuro



Por lo que trabajamos con pasión para ofrecerles una mejor calidad de vida y una experiencia de servicio que supere sus expectativas.



NUESTRAS PERSONAS E INFRAESTRUCTURA

La casa la hacemos todos. Somos el motor del cambio y lo hacemos viviendo el REIR. Por ello, nos esforzamos en conformar el mejor equipo humano y en generar un excelente ambiente laboral, desarrollando una cultura ágil que promueva la colaboración, innovación, aprendizaje, trabajo en equipo y empoderamiento, siempre pensando en nuestros clientes.

De esta misma manera, nuestra infraestructura en tiendas, bodegas, oficinas y tecnología debe acompañar oportunamente los desafíos del negocio en forma robusta, flexible y segura.

Y NO PODRÍAMOS LOGRAR ESTO SIN...

PILAR 1

CRECIMIENTO

Trabajamos para mejorar la experiencia del cliente, que se traduzca en su mayor preferencia hacia nosotros y, por lo tanto, en mayores ventas. Crece nuestra casa, nuestros trabajadores y nuestros clientes.

PILAR 2

RENTABILIDAD

Nos desafiamos para mejorar continuamente y alcanzar los resultados que nos permitan superar nuestras metas.

PILAR 3

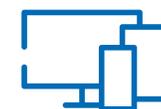
SOSTENIBILIDAD

En esta casa somos respetuosos de todos quienes nos rodean: trabajadores, proveedores, comunidades y medioambiente. Juntos construimos un mejor futuro.



EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Conociendo a nuestros clientes con profundidad, les entregamos la mejor experiencia con una propuesta de valor consistente, diferenciadora y personalizada.



EFICIENCIA ORGANIZACIONAL

Buscamos simplificar, digitalizar y agilizar nuestros procesos, apoyándonos en tecnología, para ser más eficientes y profundizar nuestro negocio.

PARA LOGRAR NUESTRA ESTRATEGIA, PONEMOS ATENCIÓN EN DOS FOCOS

Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.



Compromiso con la sostenibilidad

(102-11; 103-2)

Evolución de la sostenibilidad en Sodimac

Independientemente de la contingencia, la sostenibilidad es parte integral de la estrategia de crecimiento de Sodimac y, como tal, cuenta con una estructura formal y permanente de gestión, con mediciones e indicadores que vinculan el desempeño de los líderes de la organización con las acciones anuales ejecutadas en estas materias.

Bajo este marco, durante 2020 la empresa llevó a cabo diversas acciones vinculadas con el desarrollo sostenible.

Hoja de Ruta Pacto Chileno de los Plásticos

Junto a más de 50 organizaciones, Sodimac participó en el lanzamiento de la Hoja de Ruta del Pacto del Pacto Chileno de los Plásticos, iniciativa público-privada articulada por la Fundación Chile y el Ministerio de Medio Ambiente con la finalidad de avanzar hacia una economía circular entregando lineamientos concretos en el país en el uso de elementos plásticos. En el desarrollo de esta Hoja de Ruta se identificaron 18 desafíos, 35 soluciones y 81 iniciativas.



Certificación Giro Limpio AgenciaSE

La compañía recibió por primera vez la certificación del programa Giro Limpio de la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE), que distingue a las empresas generadoras de carga que movilizan al menos el 50% de sus cargamentos en camiones con sello Giro Limpio; es decir, que pertenezcan a firmas transportistas comprometidas con la eficiencia energética y disminución de emisiones.



Aceleradora de Electromovilidad 2020

La empresa fue seleccionada para participar en la Aceleradora de Electromovilidad 2020, proyecto promovido por el Ministerio de Energía y la AgenciaSE con el objetivo de incentivar la incorporación de tecnologías o estrategias para un transporte eficiente y electrificado. El proyecto busca que las organizaciones participantes definan soluciones para abordar las incertidumbres y oportunidades que plantea la electromovilidad.

La compañía se encuentra desarrollando un plan progresivo de electromovilidad en su operación, aplicado tanto al delivery de productos como en el funcionamiento de sus centros de distribución y tiendas.

Bajo los lineamientos de este programa, en marzo de 2020 se cumplió un año con todos los despachos de productos a clientes en Chile categorizados como carbono neutrales.

Incorporación de energías renovables

En 2020 se siguió avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC), instalando paneles fotovoltaicos en los techos de otras 20 tiendas durante el año, con lo que ya se completan 48.

Sello de excelencia HuellaChile

Por segundo año consecutivo Sodimac obtuvo el sello de excelencia del programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente, la distinción más alta asociada a este programa voluntario que promueve la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en organizaciones público y privadas.



Círculo de Especialistas Sodimac

Durante 2020 el Círculo de Especialistas de Sodimac Constructor (CES), un programa emblemático de la empresa en el plano de los negocios inclusivos que cuenta 15 años de existencia y más de 260 mil socios de Arica a Punta Arenas, fue renovado con la incorporación de los nuevos niveles black, oro y plata, cada uno de los cuales premia la preferencia de los socios otorgando beneficios exclusivos.

También se fortaleció el calendario de actividades, bolsa de trabajo y la Gran Feria de Capacitación que se

organiza todos los años y que, por primera vez, debido a la pandemia, se realizó en forma 100% digital. A lo largo de tres días se impartieron sobre 100 cursos online, con más de 50 stands interactivos y se presentaron las últimas novedades en construcción, material que se dejó disponible en la plataforma web del CES.

En el año una cifra superior a los 4 mil maestros especialistas y contratistas se capacitaron virtualmente gracias al CES, lo que representa un aumento de casi seis veces en cinco años.

Construyendo Sueños de Hogar

Construyendo
Sueños
de Hogar 

“Construyendo Sueños de Hogar” es el programa de voluntariado más relevante de la compañía; sin embargo, durante 2020 la pandemia de coronavirus impidió realizar iniciativas en terreno. Para sortear esta situación y seguir brindando apoyo a la comunidad, Sodimac apoyó 21 casos sociales de mejoramiento y habitabilidad a través del programa “Aquí Somos Todos” de Canal13. Además, los equipos internos continuaron respaldando a TECHO, Junto al Barrio y Movidos x Chile.

Además, Sodimac entregó diversos materiales y productos a los hospitales de Valdivia, La Calera y al Hospital de Emergencia Huechuraba, entre otros.

En el marco del Plan Protege Calle del Ministerio de Desarrollo Social, se aportaron frazadas y mantas para ayudar a personas que viven en situación de calle.

También, se apoyó la campaña Red de Alimentos junto a otras empresas Falabella, así como la iniciativa de la CPC de entrega de cajas de alimentos.

Lineamientos de la sostenibilidad

(102-11; 102-12; 103-2)

Sodimac cuenta con una Política de Sostenibilidad Corporativa que unifica sus compromisos en todas las unidades de negocio, identificando las partes interesadas prioritarias y definiendo obligaciones explícitas con estos públicos. De esta forma, en su relacionamiento la empresa aborda directamente los temas más relevantes para cada grupo y, a la vez, alinea sus esfuerzos con los instrumentos internacionales de sostenibilidad.

2006 - 2009

PRIMEROS LINEAMIENTOS RS



- Creación gerencia Responsabilidad Social (asumido por fiscal de la empresa).
- Foco en las seis áreas de Responsabilidad Social.
- Compromisos, acciones y iniciativas en cada área.
- Primer reporte de sostenibilidad publicado en 2007.

2010 - 2014

SOSTENIBILIDAD Y EL PLAN ESTRATÉGICO



- Sostenibilidad es uno de los 3 pilares estratégicos de Sodimac.
- Responsabilidad Social es incorporado en el plan estratégico 2010-2015 con objetivos y metas.
- Primera política de sostenibilidad.

2015 - 2020

INTEGRACIÓN DE SOSTENIBILIDAD EN TODAS LAS ÁREAS DEL NEGOCIO



- Indicador de sostenibilidad para medir la integración de este criterio en todas las áreas del negocio.
- Estrecha coordinación con las unidades en cada país.
- Redireccionamiento de estrategia de inversión social y relacionamiento comunitario con el programa Construyendo Sueños de Hogar.
- Actualización de la política de DD.HH. y proceso de Debida Diligencia en DD.HH.
- Mediciones ESG con públicos de interés.
- Consolidación de la aplicación de la Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT) en la evaluación de proyectos, para profundizar capacidad de escucha y anticiparse a conflictos territoriales.
- Se avanza en la reducción de la huella de carbono en comercio electrónico: todos los despachos a clientes en Chile son carbono neutral desde el 1 de marzo 2019.
- Actualización de la política de sostenibilidad corporativa y temas estratégicos materiales (lineamientos para todas las unidades de negocio en América Latina).



Nuestros trabajadores

Trabajamos por ser un buen lugar para trabajar, ofreciendo un espacio de desarrollo laboral basado en el respeto a la dignidad de las personas y en la diversidad e inclusión; con relaciones fluidas y transparentes basadas en el diálogo y el respeto a la libertad sindical; con énfasis en el desarrollo y aprendizaje constante; calidad de vida y bienestar integral; y el cuidado y la seguridad de nuestros trabajadores.

Nuestros clientes

Ponemos al cliente en el centro de nuestro quehacer, promoviendo una comunicación responsable que asegure la calidad, disponibilidad y la seguridad, así como una oferta creciente de productos y servicios sostenibles y/o basados en los principios de economía circular; respetando sus derechos y atendiendo sus expectativas; cumpliendo nuestras promesas; aplicando políticas comerciales justas y transparentes, entregando información clara y completa y con la mejor experiencia en servicio.

Nuestros proveedores

Consideramos a los proveedores como socios estratégicos de nuestra cadena de valor y buscamos desarrollar relaciones de confianza, mutuamente beneficiosas y de largo plazo; basados en el diálogo, reglas claras, transparentes y políticas de gestión responsables que impulsen, valoren, transfieran y prioricen la responsabilidad de nuestras empresas proveedoras en lo relativo a los aspectos económicos, sociales y ambientales, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común y al desarrollo sostenible.

Gobierno corporativo y ética empresarial

La sostenibilidad de nuestra empresa empieza con un liderazgo responsable, desde el más alto nivel de la compañía, integrándose en todas las áreas y niveles de la organización. Promovemos un comportamiento ético, basado en nuestro código de ética, sistema de integridad y canales de denuncia, fomentando el respeto de los derechos humanos y la transparencia, para así poder prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, reputación y confianza depositadas en nosotros por nuestras partes interesadas.

Compromiso con el medioambiente

Promovemos activamente el cuidado del medioambiente, trabajamos para disminuir y mitigar nuestros impactos ambientales, promueve el uso eficiente de los recursos naturales, hídricos y energéticos; la transparencia de su desempeño ambiental; además de la economía circular en toda nuestra operación. Nos comprometemos activamente a combatir los efectos del Cambio Climático, a ser carbono neutral al 2030 y fomentamos la toma de conciencia sobre el cuidado del medioambiente en nuestra organización y con todos aquellos con quienes interactuamos.

Compromiso con la comunidad

Buscamos construir una relación de confianza y abierta, basada en el diálogo y la gestión responsable de nuestros impactos en las comunidades donde estamos presentes; promoviendo acciones e inversión social participativa que, desde nuestra propia naturaleza, permita mejorar efectivamente su calidad de vida y fomenten la empleabilidad local; potenciando la participación de nuestros trabajadores en voluntariado corporativo y estrechando alianzas con instituciones con las que compartimos intereses y objetivos comunes.

Matriz de Sodimac en el DJSI World

En noviembre la matriz de Sodimac, Falabella, se transformó en la única compañía de retail chilena en ser seleccionada para integrar el Índice Mundial de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI World), que agrupa a las multinacionales abiertas en bolsa líderes en términos de sostenibilidad según criterios económicos, sociales y ambientales. En la categoría minorista, se ubicó en el quinto lugar a nivel global.

Falabella también fue seleccionada en los portafolios accionarios de los otros índices a los que fue invitada a participar, siendo así la única empresa de Chile que forma parte de cuatro índices (World, Emerging Markets, MILA Pacific Alliance y Chile).

Estos reconocimientos se fundamentan en la estrategia de crecimiento sostenible desarrollada por el grupo cuyo centro es el cliente, y que se basa en: mitigar el impacto de su operación en el medioambiente, con foco en reducir su huella de carbono y en la gestión de residuos y packaging; velar porque la cadena de suministro también cumpla con estándares de ambientales y sociales; apoyar el desarrollo de sus entornos a través de programas de inversión social, priorizando la educación y el emprendimiento; una política de diversidad e inclusión transversal a todas las unidades de negocio.

Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

(102-11; 102-12)

Sodimac está comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), una iniciativa global impulsada por la ONU que busca, entre 2015 y 2030, erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad de toda persona como parte de una nueva agenda de crecimiento basada en la sostenibilidad. Chile suscribió sus propios ODS, definiendo prioridades alineadas con la visión global y estableciendo objetivos y metas que exigen un trabajo público-privado y de la sociedad civil.

En este marco, la empresa hizo un análisis de sus objetivos y metas de acuerdo a la realidad de su negocio, con el fin de gestionar y reducir sus impactos negativos. Los ODS de la organización se vinculan con temas materiales de sostenibilidad y su gestión se expone en cada capítulo de este reporte.

Bajo este contexto, Sodimac ha sistematizado cuatro programas emblemáticos: Escuela de Excelencia Sodimac, Círculo de Especialistas Sodimac (CES), el programa de Gestión Medioambiental y el programa Construyendo Sueños de Hogar, que fueron ofrecidos al Consejo de Implementación de la Agenda 2030 para el proceso de elaboración del Examen Nacional Voluntario de Chile.

Gracias estos esfuerzos, la compañía ha sido destacada anualmente en "Sumando Valor", una iniciativa conjunta de la CPC, SOFOFA, Pacto Global y ACCIÓN Empresas para fomentar la transparencia y la reportabilidad entre las

organizaciones que operan en Chile. La plataforma, que cada año expone casos de prácticas empresariales que contribuyen directamente al cumplimiento de los 17 ODS, resaltó en 2020 las acciones impulsadas por Sodimac en seis ámbitos: energía renovable, proveedores, comercio inclusivo, consumo responsable, inclusión y puntos limpios. Más información en www.sumandovalor.cl

Reconocimiento de Pacto Global a programa Construyendo Sueños de Hogar

En el marco de la celebración de los 20 años de Pacto Global de Naciones Unidas, la sección chilena de esta iniciativa reconoció a Sodimac en la categoría Prosperidad por su aporte a través del programa "Construyendo Sueños de Hogar" a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, contribuyendo a reducir las desigualdades y lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



ODS	Objetivo	Cómo Sodimac Contribuye
	<p>Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo</p>	<p>Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de sectores vulnerables de la comunidad, como son TECHO, Junto al Barrio, Movidos x Chile y Santiago + B. Considerando la importancia de contar con una instancia de coordinación permanente en casos de emergencias, Sodimac forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad (pág. 109).</p>
	<p>Garantizar una vida saludable y promover el bienestar universal</p>	<p>Sodimac busca generar una cultura que promueva la salud mental y el bienestar integral de los trabajadores mediante sus programas de calidad de vida. Entre las principales acciones destacan fomentar el autocuidado, manejo del estrés, alimentación saludable, charlas de prevención de consumo de alcohol y otras drogas. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores (pág. 55).</p>
	<p>Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos</p>	<p>Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los talleres más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores (pág. 55).</p> <p>Al mismo tiempo, Sodimac cuenta con el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), un programa emblemático en el plano de los negocios inclusivos. Con 14 años de historia, permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y brindando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permiten mejorar su trabajo y gestión de su negocio. Más información en capítulo Nuestros Clientes (pág. 85).</p>
	<p>Lograr la igualdad entre los géneros, y empoderar a todas las mujeres y niñas</p>	<p>Sodimac se compromete desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso y no discriminatorio, con el objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores (pág. 55).</p> <p>Además, su compromiso es velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, en cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos). Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial (pág. 42).</p>
	<p>Garantizar disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos</p>	<p>Sodimac mide y busca reducir y mitigar los impactos ambientales de su operación, haciendo un uso más eficiente para una gestión sobre el recurso hídrico. Además, se seguirá profundizando en la elaboración de más contenidos para los clientes sobre un consumo responsable y masificando los productos que aportan al ahorro del agua en el hogar. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 95).</p>
	<p>Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos</p>	<p>Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council.</p> <p>Además, las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNCC). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 95).</p>

ODS	Objetivo	Cómo Sodimac Contribuye
	<p>Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</p>	<p>Sodimac tiene un compromiso de velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, en cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos). Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial (pág. 42).</p> <p>Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los talleres más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores (pág. 55).</p> <p>Sodimac, consciente de la importancia que tiene en su gestión diaria el cuidado de sus trabajadores, clientes y personal de empresas contratistas, definió una Política en Seguridad y Salud Ocupacional que establece como principios fundamentales el permanente fortalecimiento de una cultura preventiva y el constante mejoramiento de los estándares de seguridad. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores (pág. 55).</p> <p>Sodimac privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, con una política salarial que contempla un sueldo de entrada igual o superior al mínimo legal establecido a nivel país. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores (pág. 55).</p> <p>Sodimac se compromete desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso, y no discriminatorio con el objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras. Más información en capítulo Nuestros Trabajadores (pág. 55).</p> <p>Al mismo tiempo, Sodimac cuenta con el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), un programa emblemático en el plano de los negocios inclusivos. Con 14 años de historia, permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y brindando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permiten mejorar su trabajo y gestión de su negocio. Más información en capítulo Nuestros Clientes (pág. 85).</p> <p>Sodimac solicita a sus proveedores la firma de una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre aspectos como ética empresarial, derechos humanos, salud y seguridad laboral, selección de sus propios proveedores, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. Más información en capítulo Nuestros Proveedores (pág. 74).</p>
	<p>Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación</p>	<p>Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas, donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council.</p> <p>Además, las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 95).</p> <p>Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta, destacan sus más de 4.000 productos y servicios sustentables; la decisión de no entregar bolsas desechables en sus tiendas a inicios de 2018; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas "Haciendo ECO"; los catalogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías limpias con paneles solares en sus instalaciones; y medidas de ecoeficiencia en los hogares. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 95).</p>

ODS	Objetivo	Cómo Sodimac Contribuye
 <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>	<p>Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles</p>	<p>Sodimac ha consolidado su programa “Construyendo Sueños de Hogar”. Esta iniciativa, de gran importancia para la empresa, busca contribuir al desarrollo de las comunidades donde está inserta y desde su creación hace 13 años se han desarrollado 705 proyectos, en los que han participado sobre 15 mil trabajadores de la compañía en jornadas de voluntariado, beneficiando a más de 158 mil personas. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad (pág. 109).</p> <p>Cada año, Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de la comunidad, como son TECHO, Junto al Barrio, Movidos x Chile y Santiago + B. Considerando la importancia de contar con una instancia de coordinación permanente en casos de emergencias, Sodimac forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad (pág. 109).</p> <p>Sodimac forma parte de Santiago + B. A través de esta alianza, se gesta un trabajo colaborativo que busca el desarrollo e implementación de soluciones a problemas concretos que afectan a la capital de Chile, incentivando a la ciudadanía a convertirse en el principal agente para su transformación en una ciudad cada vez más próspera, sustentable, resiliente e inclusiva. Más información en capítulo Compromiso con la Comunidad (pág. 109).</p>
 <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	<p>Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles</p>	<p>Sodimac cree que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. Más información en capítulo Crecimiento Responsable (pág. 18).</p> <p>Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council.</p> <p>Además, las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 95).</p> <p>Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta destacan sus más de 4.000 productos y servicios sustentables; la decisión de no entregar bolsas desechables en sus tiendas a inicios de 2018; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas “Haciendo ECO”; los catalogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías limpias con paneles solares en sus instalaciones; y medidas de ecoeficiencia en los hogares.</p> <p>La empresa -que ingresó en 2018 a la comunidad global “The Circular Economy 100” (CE100) de la Fundación Ellen McArthur y adhirió al “Pacto Chileno por los Plásticos” de Fundación Chile- se propuso junto con sus proveedores duplicar la oferta de artículos y servicios ecosostenibles en sus tiendas en 2019 y que el 100% de los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables al 2020, partiendo por sus marcas propias. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 95).</p>

ODS	Objetivo	Cómo Sodimac Contribuye
	<p>Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos</p>	<p>Desde el 1 de marzo de 2019, todos los despachos a clientes por compras online son carbono neutral, convirtiendo a Sodimac en la primera empresa en el país que establece este compromiso de forma permanente. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 95).</p> <p>Sodimac obtuvo el sello de Huella Chile “Cuantificación” para la medición de su huella de carbono, sumando en 2019 los sellos que acreditan Reducción y Excelencia a partir de su compromiso y mejora continua. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 95).</p> <p>Sodimac se compromete en la construcción de sus tiendas, donde emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council.</p> <p>Además, las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural, junto al uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se ha seguido avanzando en el abastecimiento con energías renovables no convencionales (ERNC). Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 95).</p> <p>Entre las iniciativas de Sodimac para proteger el planeta destacan sus más de 4.000 productos y servicios sustentables; la decisión de no entregar bolsas desechables en sus tiendas a inicios de 2018; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas “Haciendo ECO”; los catálogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías limpias con paneles solares en sus instalaciones; y medidas de ecoeficiencia en los hogares.</p> <p>La empresa -que ingresó en 2018 a la comunidad global “The Circular Economy 100” (CE100) de la Fundación Ellen McArthur y adhirió al “Pacto Chileno por los Plásticos” de Fundación Chile- se propuso junto con sus proveedores duplicar la oferta de artículos y servicios ecosostenibles en sus tiendas en 2019 y que el 100% de los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables al 2020, partiendo por sus marcas propias. Más información en capítulo Compromiso con el Medioambiente (pág. 95).</p>
	<p>Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas</p>	<p>Sodimac cree que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. Más información en capítulo Crecimiento Responsable (pág. 18).</p> <p>Además, Sodimac busca realizar su actividad cumpliendo cabalmente los preceptos legales y derechos civiles y laborales de las personas. Adicionalmente, ha desarrollado un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, imagen, sostenibilidad y confianza depositadas en la empresa por sus públicos de interés. Más información en capítulo Gobierno Corporativo y Ética Empresarial (pág. 42).</p> <p>Sodimac genera alianzas y establece relaciones con diferentes entidades gremiales y otras organizaciones, a la vez que participa en diversas mesas de trabajo donde intercambia mejores prácticas y aporta su experiencia y conocimientos, con el fin de sumar esfuerzos de manera colaborativa para avanzar en mejores políticas públicas y en la solución de problemáticas sociales y ambientales que afectan al país. Más información en nuestras alianzas (pág. 37).</p>

Relacionamiento con Grupos de Interés

(102-11; 102-40; 102-42; 102-43; 102-44)

Sodimac busca generar valor económico contribuyendo al desarrollo integral de trabajadores, clientes, proveedores, ciudadanía, comunidad financiera, accionistas y autoridades. Con este objetivo, aplica una política de relacionamiento con sus públicos de interés que establece con claridad los principios que orientan la vinculación con cada interlocutor y la responsabilidad de cada miembro de la empresa en este ámbito.

La relación con los grupos de interés se construye sobre la base de cuatro valores intrínsecos a Sodimac:

- Respeto
- Excelencia
- Integridad
- Responsabilidad



Canales de comunicación con los grupos de interés

Para el relacionamiento con los grupos de interés existen diversas plataformas de escucha y diálogo activo.

Frecuencia: (DI) diaria, (SE) semanal, (ME) mensual, (TR) trimestral, (ST) semestral, (AN) anual.

Grupo Interés	Cómo dialogamos	Objetivos	Compromisos Principales	
Nuestras personas	- Política de puertas abiertas.	(DI)	- Fomentar un buen clima laboral. - Proveer instancias de capacitación y formación integral. - Fortalecer cultura de responsabilidad y sostenibilidad, y un actuar ético. - Trabajo colaborativo con sindicatos.	- Trato digno y justo. - Desarrollo integral. - Respeto a los derechos humanos y laborales. - Diversidad e inclusión. - Salud y seguridad laboral.
	- Canales de comunicación interna (canal TV, intranet, Workplace).	(DI)		
	- "Caminatas" semanales.	(SE)		
	- Reuniones en tiendas y en otras instalaciones.	(DI) (TR)		
	- Escuela de Excelencia Sodimac y otros programas de formación.	(DI)		
	- Evaluación de desempeño con retroalimentación.	(AN)		
	- Consejeros y Canal de Integridad.	(DI)		
	- Diálogo sindical.	(ME)		
	- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
	- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
	- Encuesta GPTW.			
- LinkedIn				
Clientes	- Tiendas físicas y online.	(DI)	- Mejoramiento continuo de satisfacción de los clientes (medido a través de NPS).	- Ofrecer productos seguros y con estándares de calidad. - Escucha permanente y entregar la mejor calidad de atención y servicio. - Marketing responsable. - Protección de seguridad y privacidad de datos personales.
	- Canales de atención de clientes.	(DI)		
	- Encuestas de satisfacción y canales contacto.	(DI)		
	- Sernac y canales de reclamos en medios tradicionales.	(DI)		
	- Redes sociales.	(DI)		
	- Programa de TV.	(SE)		
	- Catálogos.	(SE)		
	- CES para Maestros.	(DI)		
	- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
	- Reporte de sostenibilidad.	(AN)		
- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)			

	Grupo Interés	Cómo dialogamos	Objetivos	Compromisos Principales
Proveedores	Nuestros socios estratégicos a lo largo de toda la cadena de valor, que nos proveen productos y servicios.	- Encuentro Anual con Proveedores. (AN)	- Promover prácticas de producción responsable en toda la cadena de valor. - Desarrollo de capacidades y trabajo colaborativo en beneficio de los clientes.	- Trato justo según normas de código de autorregulación TCS. - Velar por cumplimiento de normas laborales y de DD.HH., y entornos productivos sostenibles.
		- Reuniones con equipo comercial. (DI)		
		- Líneas directas de atención, teléfono y correo electrónico. (DI)		
		- Encuestas. (AN)		
		- Reuniones periódicas con gerencia de control de calidad. (SE)		
		- Centro de Innovación con Proveedores (CIP). (DI)		
		- Programa Sedex. (DI)		
		- Contraloría TCS para consultas, reclamos y quejas. (DI)		
		- Feria de productos. (ME)		
		- Line reviews. (TR)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders. (AN)		
- Reporte de Sostenibilidad. (AN)				
Comunidades	Las comunidades que rodean nuestras tiendas y otras instalaciones.	- Diálogo directo a través de reuniones, cartas, correo electrónico y teléfono. (DI)	- Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados. - Potenciar los impactos positivos de nuestra operación y hacerse cargo de los negativos.	- Ser un buen ciudadano corporativo con vínculo estrecho con la comunidad, aportando al desarrollo y calidad de vida de las localidades en las que estamos presentes.
		- Programa Construyendo Sueños de Hogar. (DI)		
		- Trabajo territorial y Estudio Pulso previo a apertura de tiendas. (TR)		
		- Reporte de Sostenibilidad. (AN)		
Autoridades	Autoridades que definen el contexto legal y normativo, y el desarrollo de nuestro rubro.	- Iniciativas de voluntariado y respuesta frente a emergencias. (DI)	- Trabajo colaborativo para abordar problemas del país. - Aportar desde la experiencia para mejorar normativas y estándares.	- Cumplimiento normativo y ético. - Uso eficiente de los recursos y respeto al medioambiente.
		- Reuniones periódicas y/o esporádicas. (DI)		
		- Iniciativas multistakeholder. (DI)		
		- Línea directa con CMF. (DI)		
		- Línea directa con Sernac. (DI)		
		- Trabajo con SEC en materia de certificaciones. (ME)		
		- Informes específicos. (ME)		
		- Memoria Anual. (AN)		
- Proceso retroalimentación con stakeholders. (AN)				
- Reporte de Sostenibilidad. (AN)				

Grupo Interés		Cómo dialogamos		Objetivos	Compromisos Principales
Industria	Agrupaciones gremiales y otras entidades en las que participamos que buscan elevar los estándares empresariales.	- Participación en organismos gremiales y empresariales.	(ME)	- Sumar capacidades para abordar problemáticas comunes. - Fomentar colaboración público-privada.	- Mejorar estándares empresariales. - Cumplimiento de normas de libre competencia.
		- Eventos empresariales.	(TR)		
		- Iniciativas multistakeholder.	(ME)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)		
Academia	Universidades y centros de formación técnica con los que colaboramos, en especial en materia de capacitación e innovación.	- Colaboración a través del Centro de Innovación con Proveedores Sodimac.	(ME)	- Trabajo colaborativo para desarrollo de innovaciones que beneficien el entorno. - Programas de formación para clientes y trabajadores.	- Fomento de la innovación para abordar desafíos y oportunidades.
		- Diálogo directo.	(SE)		
		- Programas de capacitación.	(SE)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
ONG's y otros expertos	Organizaciones del mundo civil expertas en distintas materias con las que colaboramos para elevar nuestros estándares y aportar en la solución de diversas problemáticas.	- Canal de comunicación directa a través de cartas, correo electrónico, reuniones y teléfono.	(DI)	- Escucha activa para entender y anticiparse a requerimientos del entorno. - Trabajo colaborativo en materias de interés común. - Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados.	- Contribución a la calidad de vida y al bienestar social, económico y cuidado del medioambiente.
		- Alianzas y actividades conjuntas.	(ME)		
		- Iniciativas multistakeholder.	(ME)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
- Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras).	(AN)				

Grupo Interés		Cómo dialogamos		Objetivos	Compromisos Principales
Inversionistas	Tenedores de bonos de Sodimac y accionistas de nuestra compañía matriz que se transa en Bolsa.	- Reportes de resultados e información a CMF.	(TR)	- Transparencia corporativa. - Gestión ética y cumplimiento normativo.	- Velar por el interés de todos los accionistas. - Promover la conducta ética en todos los niveles de la organización, a través del Programa de Probidad Corporativa. - Gestión proactiva de riesgos.
		- Actividades de Investor Relations organizadas por compañía matriz.	(TR)		
		- Memoria Anual.	(AN)		
		- Proceso retroalimentación con stakeholders.	(AN)		
		- Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
Prensa	Periodistas y editores de medios de comunicación, en especial aquellos de los países donde tenemos operaciones.	- Contactos telefónicos y correo electrónico.	(DI)	- Generar una relación de colaboración que permita comunicar hechos de interés a los distintos stakeholders.	- Respeto al rol. - Ética y rigurosidad en la entrega de información.
		- Reuniones.	(ME)		
		- Entrevistas.	(ME)		
		- Comunicados de prensa.	(TR)		
		- Reportes financieros.	(TR)		
		- Memoria Anual y Reporte de Sostenibilidad.	(AN)		
		- Seminarios y otras actividades con presencia de prensa.	(ME)		
- Retroalimentación a través de estudios de reputación (Merco).	(AN)				

Nuestras alianzas

(102-11; 102-13)

Sodimac establece relaciones y genera alianzas con diferentes gremios y otras organizaciones, y además participa en diversas mesas de trabajo donde intercambia mejores prácticas y aporta su experiencia y conocimientos con el fin de avanzar de manera colaborativa en mejores políticas públicas y en la solución de problemáticas sociales y ambientales que afectan al país. En 2020, sus aportes por membresías a las diversas organizaciones alcanzaron a más de \$85 millones, monto concentrado mayoritariamente en asociaciones gremiales, y entidades promotoras de la sostenibilidad, relaciones laborales, medioambiente y ética empresarial.

Ámbito de acción: asociaciones gremiales

La empresa forma parte de asociaciones gremiales relacionadas con su negocio. Por esta vía, ayuda al desarrollo y perfeccionamiento de los rubros comercio, construcción e industria publicitaria desde su perspectiva como avisador.

- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, CNC (www.cnc.cl)
- Cámara de Comercio de Santiago, CCS (www.ccs.cl)
- Cámara Chilena de la Construcción, CChC (www.cchc.cl)
- Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile. AMDD (www.amddchile.com)

- Círculo de Empresas de la Panamericana Norte, Cirpan (www.cirpan.cl)

Ámbito de acción: responsabilidad social y sostenibilidad

La compañía forma parte de iniciativas locales y globales que fomentan la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.

- Pacto Global de las Naciones Unidas (www.pactoglobal.cl)
- Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org)
- Acción Empresas (www.accionempresas.cl)
- Fundación PROhumana (www.prohumana.cl)
- Base Pública (www.basepublica.cl)

Ámbito de acción: gobierno corporativo y ética empresarial

Sodimac participa en organizaciones enfocadas en fortalecer los gobiernos corporativos y la ética empresarial.

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

Ámbito de acción: relaciones laborales

La empresa colabora con entidades que promueven ambientes de trabajo saludables y exentos de riesgos, igualdad de oportunidades y una sana convivencia laboral.



- Asociación Chilena de Seguridad, ACHS (www.achs.cl)
- Great Place to Work Institute Chile, GPTW (www.greatplacetowork.cl)
- Servicio Jesuita a Migrantes, SJM (www.sjmchile.org)
- Pride Connection Chile (www.prideconnection.cl)

Ámbito de acción: medioambiente

Sodimac busca aliados que ayuden a potenciar sus esfuerzos en materia de sustentabilidad, protección del medioambiente y mitigación de sus emisiones.

- Centro de Líderes Empresariales por la Acción Climática, CLG-Chile (www.clgchile.cl)
- Agencia de Sostenibilidad Energética, AgenciaSE (www.agenciase.org)
- Chile Green Building Council (www.chilegbc.cl)
- Pacto Chileno de los Plásticos (www.fch.cl)
- World Wildlife Fund, WWF Chile (www.wwf.cl)

Ámbito de acción: comunidad

La organización se relaciona con organizaciones que buscan erradicar la pobreza, mejorar las condiciones de vida y brindar ayuda en situaciones de emergencia.

- Techo (www.techo.org)
- Fundación Junto al Barrio (www.juntoalbarrio.cl)
- Movidos por Chile (www.movidosxchile.cl)

Gestión de la Sostenibilidad

(102-11; 102-15; 102-43; 102-44; 102-46; 102-47; 103-1)

Temas Estratégicos

Sodimac cuenta con un proceso formal de materialidad que permite identificar los temas más importantes para la compañía y sus partes interesadas en todos los ámbitos de la sostenibilidad; analizar los impactos positivos y negativos -reales y potenciales- del negocio a lo largo de la cadena de valor, y los riesgos y oportunidades a gestionar.

En 2020, la compañía desarrolló la actualización de su proceso de materialidad y su política de sostenibilidad, este trabajo fue acompañado por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso de Chile. Se identificaron impactos del negocio, positivos y/o negativos, que afectan a las diferentes partes interesadas para cada uno de los temas materiales, todo esto basado en el marco metodológico que recomienda la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Para este proceso, se realizaron entrevistas y talleres para conocer las diferentes visiones; se incorporaron las áreas de sostenibilidad de los diferentes países donde opera Sodimac, ejecutivos principales de Sodimac y de la matriz Falabella. Este proceso incluyó un benchmark de los principales retailers mundiales, los resultados de las

mediciones ESG con las principales partes interesadas (trabajadores, clientes, proveedores, comunidad y entidades expertas) y un análisis de información secundaria del negocio.

Esta labor ha sido homologada con las unidades de negocio en Colombia, Perú, Argentina, Uruguay, Brasil y México, lo que permite contar con una lista de materias estratégicas corporativas, asegurando que en todos estos

países se trabajen los mismos temas y, en base a los resultados obtenidos, exista claridad sobre los tópicos a gestionar en cada operación.

Temas materiales Clientes:

- Experiencia del cliente
- Salud y seguridad del producto
- Economía circular y consumo responsable
- Ética publicitaria

Temas materiales Trabajadores:

- Empleo y clima
- Cultura
- Diversidad e inclusión
- Formación y desarrollo
- Diálogo social
- Salud y seguridad

Temas materiales Gobierno Corporativo:

- Innovación y desarrollo
- Ética y anticorrupción
- Derechos humanos
- Transformación digital
- Protección de datos y ciberseguridad

Temas materiales Proveedores:

- Gestión sostenible de proveedores
- Satisfacción del proveedor
- Emprendimiento local

Temas materiales Comunidad:

- Inversión social
- Gestión del entorno

Temas materiales Medioambiente:

- Cambio climático
- Ecoeficiencia operacional
- Protección a la Biodiversidad
- Residuos y circularidad
- Logística sostenible



1. Lineamientos y gestión de Sostenibilidad
2. Relacionamiento con grupos de interés
3. Rendición de cuentas y transparencia
4. Gestión de riesgos financieros y no financieros
5. Regulación – Cumplimiento normativo

Estructura Interna

(102-18; 102-20; 102-26; 102-32)

Comité de Sostenibilidad

El Comité de Sostenibilidad es una instancia creada para coordinar y liderar la gestión que llevan a cabo todas las gerencias de la compañía en estas materias. También es responsable de aprobar el Reporte de Sostenibilidad. Lo conforman por los gerentes de cada área:

- Gerente General (preside el Comité)
- Operaciones
- Comercial, Marketing y Ventas a Distancia
- Personas
- Sistemas
- Abastecimiento y Logística
- Administración, Finanzas y Prevención
- Desarrollo, Planificación y Proyectos
- Asuntos Legales y Sostenibilidad

Durante 2020, durante la pandemia se suspendieron los comités de sostenibilidad, sin embargo, se organizó un modelo de trabajo liderado por el conjunto de gerentes de la empresa, grupo que recibió el nombre "SWAT team". El equipo de Sostenibilidad se integró a estos equipos multidisciplinarios y sesionaron de manera recurrente manteniendo canales de comunicación directos tanto a nivel del grupo como con el resto de la compañía, aplicando criterios de flexibilidad que permitieron la adopción de decisiones de manera ágil y con una asignación clara de responsabilidades.

Gerencia de Asuntos legales y Sostenibilidad

Dirige, coordina y asesora a las distintas áreas en materias jurídicas y de sostenibilidad, buscando garantizar que los proyectos actuales y futuros cumplan con la legalidad vigente y las normas nacionales e internacionales.

Gerente de Asuntos Legales y Sostenibilidad

- Gestiona el área legal y desarrolla la política de sostenibilidad, incorporando los planes y acciones a la estrategia.
- Garantiza el alineamiento de la política de sostenibilidad con los principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la OIT; los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU; los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas; los

compromisos asumidos voluntariamente como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); la ISO 26000, y la iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI).

- Coordina el Comité de Sostenibilidad.
- Coordina el Comité de Cumplimiento, que revisa periódicamente la gestión de riesgos para asegurar el respeto normativo en la operación diaria.
- Participa en los programas definidos como estratégicos por la compañía.
- Participa en organizaciones nacionales e internacionales que guían y promueven la sostenibilidad.

Subgerente de Sostenibilidad

- Elabora y diseña la estrategia de sostenibilidad de Sodimac en Chile.
- Controla y coordina la implementación y gestión del plan de sostenibilidad.
- Realiza seguimiento y control de la matriz de

cumplimiento en la dimensión social y medioambiental de la empresa.

- Realiza seguimiento y control de los programas estratégicos.
- Define, monitorea y controla la política de donaciones de la empresa.
- Elabora y coordina los contenidos del Reporte de Sostenibilidad, incluyendo los indicadores del Global Reporting Initiative (GRI).
- Evalúa y coordina los diferentes procesos de mediciones, reconocimientos, estudios de impactos sociales y/o medioambientales y reputación corporativa de la compañía.
- Participa en comité de sostenibilidad del Grupo Falabella, organizaciones promotoras de sostenibilidad (Pacto Global, Acción Empresas, PROhumana, entre otras), comités de gremios empresariales y organizaciones en alianza.



Coordinadora de Sostenibilidad

- Coordina con las distintas gerencias la entrega de información sobre la gestión económica, social y ambiental para la medición de indicadores Global Reporting Initiative (GRI).
- Participa en la selección, seguimiento a compromisos y genera reuniones periódicas con organismos internos y externos.
- Gestiona y supervisa el proyecto Sedex de Auditorías Sociales a proveedores nacionales e internacionales.
- Gestiona y supervisa el Programa Construyendo

- Sueños de Hogar de relacionamiento con la comunidad.
- Consolida el registro de solicitudes y supervisa el cumplimiento de procedimientos y normativas internas relativas a la política de donaciones.

Jefe de Medioambiente

- Elabora, coordina e implementa las directrices medioambientales transversalmente en la empresa, mejorando el desempeño ambiental.
- Gestiona el estado de cumplimiento normativo ambiental, estandarización de procedimientos, auditorías ambientales y declaraciones de emisiones y transferencia de contaminantes (RETC).
- Implementa políticas, estrategias y soluciones de ecoeficiencia operacional para lograr consumos eficientes en la compañía.
- Desarrolla, elabora y consolida la información e indicadores de medioambiente.

Medición: Index de Sostenibilidad

(102-11; 102-28; 102-30; 103-3)

Para integrar la sostenibilidad de manera estratégica una organización debe cumplir dos factores básicos:

1. Una gestión transversal de la sostenibilidad, bajo un enfoque 360.
2. Conciencia de que la sostenibilidad representa una frontera móvil y que lo que ayer constituyó una aspiración hoy puede ser un piso mínimo.

Para adecuarse a estas condiciones, Sodimac emplea un instrumento específico (Índex) elaborado por el Centro Vincular de la PUCV, para evaluar su gestión interna en los siguientes aspectos:

- I. Mejores prácticas o procesos de empresas de clase mundial disponibles en diversas áreas, enmarcadas dentro de las expectativas que emanan de instrumentos normativos internacionalmente reconocidos y por el Estado de Chile. Estas iniciativas van evolucionando con los cambios del entorno global.

- II. Una evaluación del nivel de integración de los temas materiales o estratégicos a la gestión de cada área, sobre la base de un ciclo de gestión que asegure que está siendo debidamente abordado por la empresa.

Cabe hacer notar que los resultados del Index integran el sistema de incentivos de los gerentes y ejecutivos de primera línea de cada una de las operaciones, con metas anuales asociadas a este indicador. Cada gerencia aporta al resultado final, generando un efecto movilizador concreto.

A causa de la pandemia de Covid-19, en 2020 no se llevó a cabo la medición del Índex de Sostenibilidad. Sin embargo, la compañía tiene la intención de retomar esta iniciativa en 2021.





Premios y reconocimientos

Durante 2020 Sodimac recibió las siguientes distinciones:

Reconocimiento Pacto Global 2020	Categoría Prosperidad, por aporte del programa Construyendo Sueños de Hogar a los ODS	Pacto Global de Naciones Unidas
Ranking GPTW	Mejores Lugares Para Trabajar en América Latina 2020 (primer retail hogar)	GPTW
Ranking de Capacitación Sence	OTEC de Sodimac, Traineemac, es la que más trabajadores capacita en Chile	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence)
Reconocimiento Huella Chile	3 sellos Cuantificación, Reducción y Excelencia (único retail)	Ministerio de Medio Ambiente
Ranking de Experiencia de Clientes	1° lugar Mejoramiento del Hogar	Praxis Xperience Index (PXI) - La Tercera
Chile 3D, marcas y estilo de vida	1° lugar Mejoramiento del Hogar	La Tercera / GFK
Reconocimiento Marketing Hall Of Fame	Gran Marca Chilena por su Relevancia en el Extranjero 2020	Marketing Hall Of Fame
Encuesta Nacional de Voluntariado y Solidaridad 2020	1° lugar	Fundación Trascender y Critería
Ranking ICREO 2020	2° lugar (después de Bomberos)	Almabrand
Ranking Empresas Responsables y Mejor Gobierno Corporativo	3° lugar (1° retail hogar)	Merco - El Mercurio
Ranking Reputación Corporativa	11° lugar, Grupo Oro (1° retail)	INC Inteligencia Reputacional e Ipsos
Ranking Merco Empresas	12° lugar (1° retail mejoramiento del hogar)	Merco - El Mercurio
Reputación Marca (50 Empresas Más Valiosas de Latinoamérica)	12° lugar (1° retail hogar Latinoamérica)	BrandZ / Millward Brown
Ranking Merco Talento	15° lugar (1° retail mejoramiento del hogar)	Merco - El Mercurio
Marcas Ciudadanas 2020	15° lugar (1° retail mejoramiento del hogar)	Cadem
Ranking de las Mejores Empresas para Practicantes	20° lugar (1° retail mejoramiento del hogar)	FirstJob
Ranking Most Innovative Companies Chile	38° lugar (1° retail mejoramiento del hogar)	ESE Business School U de Los Andes, MIC Innovation - El Mercurio



Gobierno Corporativo y *Ética Empresarial*



Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

En sus operaciones Sodimac busca cumplir plenamente los preceptos legales y los derechos civiles y laborales de las personas. Cuenta, además, con un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, imagen, sostenibilidad y confianza depositadas en la empresa por sus públicos de interés.

Temas estratégicos

- Innovación y desarrollo
- Ética y anticorrupción
- Derechos humanos
- Transformación digital
- Protección de datos y ciberseguridad



Hitos 2020

- BH Compliance certificó nuevamente la implementación en Sodimac de un modelo de prevención de delitos destinado a prevenir las infracciones señaladas por la Ley 20.393.
- La compañía adaptó sus protocolos internos a los dos nuevos delitos incorporados en el Código Penal (artículos 318 bis y 318 ter) con motivo de la emergencia sanitaria.
- Capacitaciones de probidad a 155 trabajadores de áreas más expuestas a corrupción, y capacitaciones online de libre competencia y Ley 20.393 a la totalidad de los trabajadores, además cursos presenciales para los cargos sensibles. Programa Mi Cliente, de capacitación en materia de derechos del consumidor.
- Tercer lugar en ranking Empresas Responsables y Mejor Gobierno Corporativo, Merco.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Liderazgo en Sodimac

Directorio

(102-12; 102-18; 102-19; 102-20; 102-22; 102-24; 102-26; 102-28; 102-31)

El gobierno corporativo de Sodimac se estructura a partir de un directorio de nueve miembros, sin suplentes, elegidos en Junta de Accionistas y propuestos por el grupo controlador. Una vez ratificados por la Junta de Accionistas, su nombramiento se comunica a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), tras lo cual, conforme a la política de gobierno corporativo de la empresa matriz y sus filiales, se someten a un proceso de inducción que incluye la política de sostenibilidad de la empresa.

Cabe señalar que el señor Nicolás Majluf integra el actual directorio como independiente y que, por política interna, ningún director desempeña cargos administrativos en la compañía.

Los directores establecen los lineamientos generales que guían la conducción de la empresa, velan por su cumplimiento y responden frente a los accionistas; supervisan el desempeño y la gestión del negocio en sus diversos ámbitos, recibiendo reportes regulares del gerente general y el resto de los gerentes de primera línea, y junto a los ejecutivos se someten al modelo de sostenibilidad como herramienta estratégica del negocio, atendiendo e intentando responder oportunamente a todos los públicos de interés según los siguientes preceptos:

- Principios Sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la OIT.
- Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU.
- Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.
- Principios del Global Reporting Initiative (GRI).
- Compromisos asumidos voluntariamente como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Norma ISO 26000.

El presidente del directorio, en tanto, se reúne trimestralmente con la gerencia de contraloría para conocer los avances en el plan de auditoría interna y situaciones de interés.

Parte importante del gobierno corporativo de Sodimac es el Comité de Directores, instancia conformada por tres integrantes de la mesa directiva, cumpliendo dicho rol en 2020 los señores Nicolás Majluf Sapag, Jaime García Rioseco y Gonzalo Rojas Vildósola. Durante el año, el comité revisó materias propias de su competencia, incluyó el examen de operaciones con partes relacionadas conforme al título XVI de la Ley 18.046 y la política de habitualidad de la compañía. También revisó y aprobó el plan anual de auditoría interna, y efectuó reuniones trimestrales para revisar avances, riesgos detectados en auditorías y los planes de acción establecidos por la alta administración para mitigar dichos riesgos.

Durante la Junta Ordinaria de Accionistas realizada el 21 de abril de 2020, en atención a las difíciles circunstancias económicas gatilladas en Chile y el mundo por causa de la pandemia de Covid-19, se aprobó una propuesta del propio

Directorio sobre rebajar en un 25% sus remuneraciones líquidas respecto a la dieta vigente. En consecuencia, los montos se ajustaron a UF 37,5 líquidas mensuales para cada director y UF 225 líquidas en el caso del presidente. Esta asignación se informa en la memoria financiera de la empresa, cumpliendo la normativa dictada por la CMF.

Jornadas de Formación para Directores

En 2020, el grupo Falabella organizó dos Encuentros de Reflexión para Directores y Alta Administración, donde se abordaron temáticas como diversidad e inclusión, ecosistema digital, deberes del directorio hacia la sociedad y los accionistas, gestión de riesgos y cumplimiento, entre otros. Estos se realizaron en modalidad virtual.

Director a cargo de la Política de Sostenibilidad

Nicolás Majluf estuvo nuevamente a cargo de supervisar el desarrollo de la Política de Sostenibilidad de Sodimac, revisando y validando las iniciativas adoptadas, además de orientar y dar retroalimentación al citado comité, y por su intermedio, al directorio.

Directorio

(102-22; 102-23; 405-1)



Juan Pablo Del Río Goudie
PRESIDENTE
Arquitecto
Universidad Católica de Chile
Rut: 5.898.685-2
Fecha de nombramiento:
15 de abril de 2019



Nicolás Majluf Sapag
Ingeniero Civil Industrial
Universidad Católica de Chile
Rut: 4.940.618-5
Fecha de nombramiento:
15 de abril de 2019



José Luis Del Río Goudie
Ingeniero Civil Industrial
Universidad Católica de Chile
Rut: 4.773.832-6
Fecha de nombramiento:
15 de abril de 2019



Gonzalo Rojas Vildósola
Ingeniero Comercial
Universidad Adolfo Ibáñez
Rut: 6.179.689-4
Fecha de nombramiento:
15 de abril de 2019



Jaime García Rioseco
Economista
Universidad Católica de Chile
Rut: 5.894.661-3
Fecha de nombramiento:
15 de abril de 2019



Sandro Solari Donaggio
Ingeniero Civil Industrial
Universidad Católica de Chile
Rut: 9.585.729-9
Fecha de nombramiento:
15 de abril de 2019



Cecilia Karlezi Solari
Empresaria
Rut: 7.005.097-8
Fecha de nombramiento:
15 de abril de 2019



Paola Cúneo Queirolo
Licenciada en Ciencias de la
Administración-Universidad de Chile
Rut: 8.506.868-7
Fecha de nombramiento:
15 de abril de 2019



Elizabeth Lehmann Cosoi
Ingeniera comercial
Universidad Católica de Chile
Rut: 11.625.647-9
Fecha de nombramiento:
15 de abril de 2019

Equipo ejecutivo

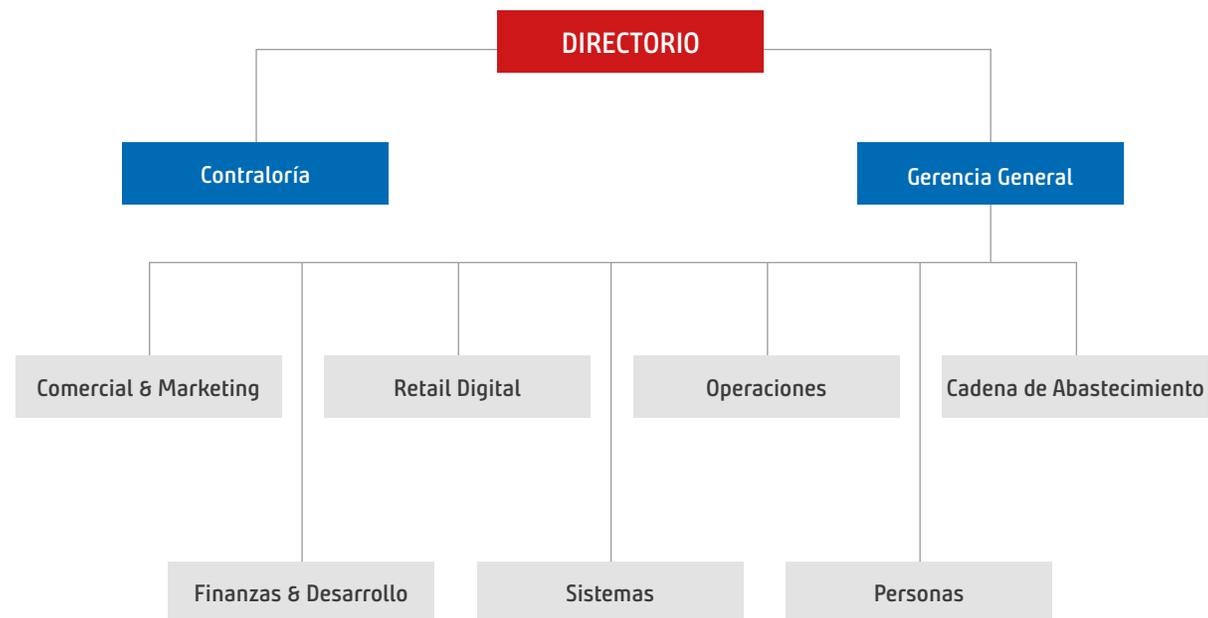
(102-19; 102-22)

La plana ejecutiva de Sodimac se estructura buscando una dirección del negocio ágil y eficiente, prestando apoyo a la estrategia de crecimiento internacional. La encabeza el gerente general corporativo, a quien reportan los gerentes generales de Sodimac Argentina y Uruguay, Sodimac Brasil, Sodimac Chile, Sodimac Colombia, Sodimac México y Sodimac Perú. También lidera un Comité Ejecutivo Corporativo que se reúne semanalmente.

El equipo gerencial debe lograr un crecimiento responsable en todos los mercados, aplicando las sinergias de una operación a escala internacional, respetando la cultura y especificidades de cada país.

Sodimac Chile y su filial Imperial tienen sus respectivos comités ejecutivos, que controlan y gestionan el desarrollo económico, social y medioambiental de ambas organizaciones y velan por un accionar transparente y ético.

Organigrama organizacional corporativo



Comité ejecutivo corporativo

(al 31 de diciembre de 2020)

Notas:

*Fue reemplazado el 1/1/2021 por Catalina Bravo Ithurbisquy, Rut: 15.367.708-5.

**Asumió la gerencia corporativa de operaciones el 1/3/2021 y fue reemplazada en esa misma fecha en la gerencia corporativa de personas por Andrea Carvallo Montes, Rut: 10.321.899-3.



Alejandro Arze Safian

Gerente General Corporativo
Mejoramiento del Hogar
Ingeniero Comercial
Rut: 12.232.048-0
Fecha nombramiento: 15/03/2020



Fernando Valenzuela del Río

Gerente Contralor Corporativo
Ingeniero Comercial
Rut: 9.571.294-0
Fecha nombramiento: 1/3/2020



Francisco Torres Larraín

Gerente Corporativo Comercial y de Marketing
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 7.006.016-7
Fecha nombramiento: 1/08/2006



Fabio De Petris Duarte

Gerente Corporativo de Finanzas y Desarrollo
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 15.325.237-8
Fecha nombramiento: 1/09/2018



Sebastián Simonetti Vicuña*

Gerente Corporativo de Retail Digital
Ingeniero civil industrial
Rut: 13.442.409-5
Fecha de nombramiento: 1/03/2019



Eugenio Lenin Araya Tobar

Gerente Corporativo Sistemas
Ingeniero de Ejecución en Computación e Informática
Rut: 8.041.593-1
Fecha de nombramiento: 01/09/2020



Mariasol Soto Becerra**

Gerente Corporativo de Personas
Bachelor de Administración de Negocios
DNI: 40705743
Fecha de nombramiento: 01/12/2016



Francisco Errázuriz López

Gerente Corporativo de Cadena de Abastecimiento
Ingeniero Civil
Rut: 12.032.587-6
Fecha nombramiento: 1/01/2012

Comité ejecutivo Sodimac Chile

(al 31 de diciembre de 2020)

(102-18; 102-19; 102-22; 102-26; 102-29)



Eduardo Mizón Friedemann

Gerente General
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 9.586.083-4
Fecha nombramiento: 1/08/2006



Claudia Castro Hruska

Gerente de Personas
Ingeniero Comercial
Rut: 9.122.599-9
Fecha nombramiento: 1/10/2014



Juan Carlos Corvalán Reyes

Gerente de Asuntos Legales
y Sostenibilidad
Abogado
Rut: 8.662.785-K
Fecha nombramiento: 1/08/2006



Lucrecia Fittipaldi

Gerente de Administración,
Control de Gestión y Riesgo
Licenciada en Economía
Rut: 22.552.713-K
Fecha nombramiento: 1/04/2020



Cristián Andrés Huidobro Alarcón

Gerente de TI Chile
Ingeniero Civil de Industrias
mención en Computación
Rut: 12.721.807-2
Fecha nombramiento: 4/11/2019

Instancia que rige el desempeño económico, social y medioambiental de la empresa en el país. Realiza una reunión semanal de seguimiento y trimestralmente evalúa la planificación estratégica, informando los resultados de cada unidad al gerente general, quien finalmente los comunica al directorio.

Paralelamente, mantiene canales de diálogo permanente con los trabajadores de la compañía a través de sus representantes, encausando sus inquietudes o recomendaciones al directorio.



Mariano Ariel Imberga

Gerente de Operaciones
Ingeniero Industrial
Rut: 24.547.340-0
Fecha nombramiento: 1/09/2019



Ignacio Monteverde

Gerente Comercial, Marketing
y Venta a Distancia
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 23.421.767-4
Fecha nombramiento: 1/09/2019



Francisco Javier Pirozzi Jabat

Gerente de Cadena de Abastecimiento
Ingeniero Civil Industrial
RUT: 10.971.697-9
Fecha de nombramiento: 14/02/2020



Ignacio Román Moreno

Gerente de Planificación,
Desarrollo y Proyectos
Ingeniero Civil Industrial
Rut: 13.951.261-8
Fecha nombramiento: 1/09/2016

Movilizando a los líderes

(102-35)

Para alinear a los gerentes y ejecutivos en torno a los objetivos estratégicos de la empresa, la política de incentivos de Sodimac incluye bonos de retribución vinculados a metas económicas y temas ambientales y sociales específicos.

El cálculo de las compensaciones variables en todas las unidades de negocio (gerentes generales y sus equipos ejecutivos) incorpora los resultados de la herramienta que anualmente mide la gestión realizada en esta materia: el Índice de Sostenibilidad.

La plana gerencial de Sodimac S.A. y filiales, compuesta por gerentes de comité ejecutivo, gerentes y subgerentes de área y gerentes de negocios, recibió durante 2020 remuneraciones e incentivos que alcanzaron M\$23.861.856, mientras que en 2019 esta cifra sumó M\$18.245.289. En tanto, las indemnizaciones pagadas a ejecutivos ascendieron a M\$5.207.081 en 2020 y a M\$738.904 en 2019.

Más información en la Memoria Financiera de la empresa (www.sodimac.cl).



Ética y derechos humanos

(102-16; 102-17; 103-2; 205-2)

Programa de Integridad de Sodimac

Marco ético

La valoración y consideración de la persona humana, su dignidad y derechos fundamentales son la base del accionar de Sodimac, sus ejecutivos y trabajadores. La empresa busca instalar y fortalecer mecanismos que salvaguarden el respeto de los derechos humanos en todas sus dimensiones, desarrollando su quehacer de acuerdo con valores y principios éticos, así como el rechazo absoluto a prácticas de corrupción.

Frente al potencial impacto de sus decisiones en los derechos humanos de sus principales públicos de interés, la compañía cuenta con mecanismos de mitigación, prevención y remediación que operan mediante los siguientes mecanismos:

- Sistema de integridad corporativo.
- Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT).
- Programas de marketing y comercio responsable.
- Marco de relacionamiento con proveedores (Transparencia Comercial Sodimac).
- Sistema de gestión y desarrollo de proveedores.

Programa de Integridad Corporativo

(102-16)

Sodimac posee un Programa de Integridad Corporativo que identifica, previene y aborda situaciones que puedan contravenir los valores de la empresa.

Entre otras conductas el sistema busca prevenir fraudes, conflictos de interés y abusos de poder, e incorpora las variables contempladas por la Ley 20.393 sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas en caso de soborno nacional e internacional, lavado de dinero, financiamiento del terrorismo y receptación.

También contempla una plataforma web y un canal de contacto directo para denuncias y consultas, garantizando la confidencialidad del emisor, la investigación y una apropiada solución. El modelo asegura una adecuada investigación de cada hecho denunciado, su registro y la información de sus resultados, con representación y estructura formal en los distintos niveles de la compañía, incluyendo al directorio.

CÓDIGO DE ÉTICA **ESTRUCTURA DE APOYO** **SOCIALIZACIÓN Y CAPACITACIÓN**



Guía que pretende orientar al actuar de los trabajadores de Sodimac en su relación diaria con los distintos grupos de interés.

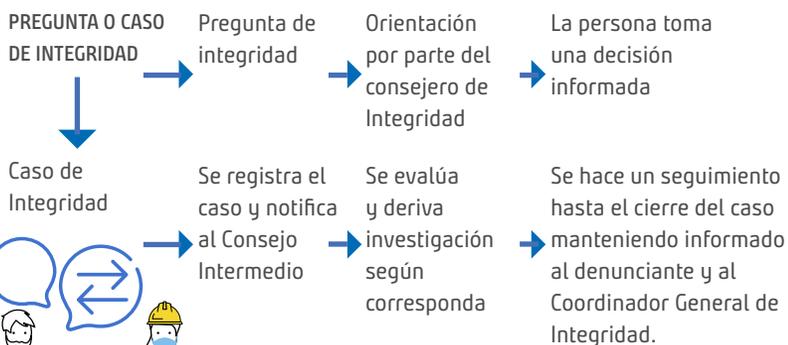
Estructura conformada por personas y sistemas de comunicación, cuyo objetivo es lograr que la ética, y lo definido en EticAcción, realmente se viva en Sodimac.

Capacitaciones respecto a los valores, principios y la guía EticAcción, promover el Sistema de Integridad y generar confianza en la estructura y la plataforma.

Trabajadores

Proveedores

¿CÓMO FUNCIONA NUESTRA ESTRUCTURA DE APOYO A LA INTEGRIDAD?



TRANSPARENCIA COMERCIAL SODIMAC



Canal de Integridad

(406-1)

Los trabajadores –y cualquier otro grupo de interés de la empresa– disponen de una plataforma web operativa las 24 horas del día, que permite formular denuncias o consultas sobre temas de integridad. Su gestión está a cargo de una entidad externa con el fin de reforzar la imparcialidad, objetividad y confidencialidad necesarias.

También pueden comunicarse directamente con un consejero de integridad (función a cargo de los asistentes sociales de la empresa) que asesora y canaliza sus inquietudes, garantizando una apropiada investigación y solución de cada caso y la plena confidencialidad del emisor.

En 2020, el canal de integridad recibió 495 contactos (consultas y denuncias), un 64% de las cuales se registró de forma anónima y un 36% con reserva de la identidad. Los temas denunciados fueron acoso laboral, acoso sexual, comportamiento inapropiado, conflictos de intereses, infracciones a la normativa interna, regalos e invitaciones, discriminación, entre otras. El 87% de los casos investigados fue analizado y cerrado, y al 31 de diciembre de 2020 el 13% estaba en proceso de investigación o cierre.

Nº Contactos	2018	2019	2020
Anónima	308	424	317
Reserva	123	143	178
Total	431	567	495

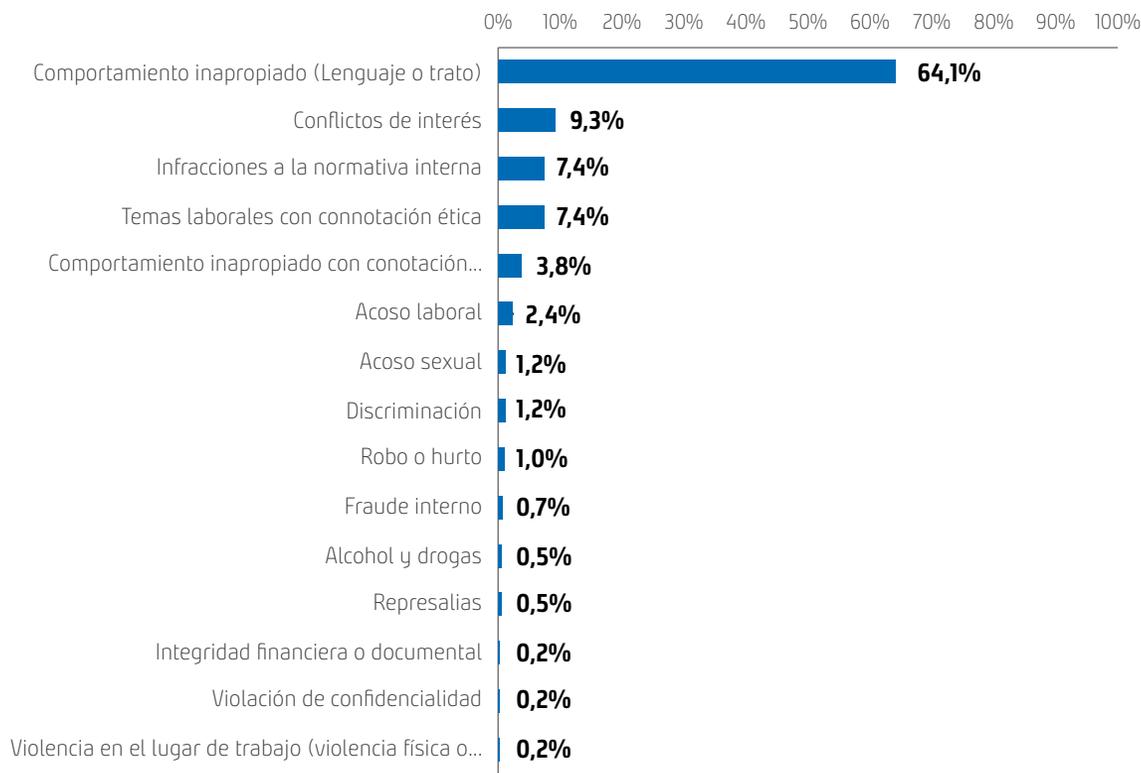
Fuente: Sodimac.

Las consultas o denuncias en el canal de integridad se separan en denuncias éticas y no éticas. En el marco de las denuncias éticas, se presentaron 14 denuncias por discriminación, de las cuales 12 se encuentran cerradas. De estos 12 casos, 10 tuvieron como resultado no probados,

y 2 fueron acreditados, adoptándose una medida de desvinculación.

A raíz de las investigaciones realizadas por estas denuncias éticas se llevaron a cabo 28 desvinculaciones.

Tipos de denuncias éticas



Debida Diligencia en DD.HH.

(102-29; 412-1)

Durante 2020 la empresa se gestionó en conformidad a los temas y riesgos levantados en el Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos realizado en 2018, los cuales fueron integrados y forman parte de la correspondiente matriz de la compañía.

Además, Sodimac participó del grupo de Pacto Global en el ciclo

sesiones de trabajo “Mejora Continua en la Debida Diligencia”, preparadas para facilitar contenido con un enfoque participativo y de co-diseño con los asistentes, relevando el conocimiento preexistente, ligado a lo que las empresas ya se encuentran efectuando en materia de derechos humanos y debida diligencia.

Gestión de riesgos y cumplimiento

(102-30; 205-1; 205-2)

Sodimac está expuesta a riesgos de naturaleza diversa que pueden comprometer el logro de los objetivos del negocio y su relación con los distintos grupos de interés. De cara a esta realidad, en el curso de los últimos años la empresa ha desarrollado un modelo de gestión destinado a identificar dichos riesgos, su probabilidad de ocurrencia, el probable impacto interno y los mecanismos de control y responsabilidades para prevenirlos y/o mitigarlos.

El sistema funciona sobre la base de una matriz de riesgos que aborda los aspectos económicos, sociales, laborales, ambientales, éticos y de gobierno corporativo, a partir de un levantamiento realizado en cada gerencia, y los integra a los riesgos financieros, comerciales, de procesos y seguros operativos.

La gestión de los riesgos tradicionales y no tradicionales depende de un mecanismo que los divide en cuatro grandes áreas: operacionales, de cumplimiento, de seguridad física y tecnológicos (TI). Cada una cuenta con un comité presidido por el gerente general de Sodimac Chile y son coordinados por las gerencias de Asuntos Legales y Sostenibilidad, de Administración, Finanzas y Prevención y la de Sistemas.

Como parte de la gobernanza de este modelo, la gestión de riesgos se presenta ante el Comité de Directores y el

Directorio de la compañía y periódicamente se realiza un Comité de Riesgos presidido por el gerente general de Sodimac Chile donde participan los principales ejecutivos de la empresa en el país. También se llevan a cabo comités operativos mensuales con participación de diferentes áreas, con el fin de identificar y evaluar los riesgos, chequear la efectividad de los controles y definir los planes de acción para aquellas situaciones que no han sido suficientemente mitigadas.

Adicionalmente, existe un intercambio de mejores prácticas con las diferentes empresas del grupo Falabella que permite contar con una visión más amplia de los riesgos o situaciones que pueden estar afectando a la empresa.

En 2020 la citada matriz debió ser adaptada a la nueva realidad impuesta por la pandemia de Covid-19, con el desarrollo e introducción de ajustes en distintos indicadores para introducir monitoreos permanentes de su posible impacto en auditoría interna, procesos financiero-contables, gestión de personas, proveedores e infraestructura. Estos ajustes permitieron a la empresa estar en condiciones de desarrollar labores preventivas en los equipos de trabajo, labor de las tiendas, centros de distribución y en la relación con los clientes, y mitigar en alguna medida la falta de presencia física de los equipos de control cuando existían restricciones de movilidad debido a cuarentenas.

Comité de Riesgos	Procesos o Áreas de Riesgos
Riesgos Operacionales	Compra de mercadería
	Crédito y cobranza
	Gestión financiera y presupuestaria
	Inversiones inmobiliarias
	Logística y abastecimiento
	Marketing
	Operaciones
	Registro contable
	Relaciones laborales
	Ventas

Comité de Riesgos	Procesos o Áreas de Riesgos
Riesgos Tecnológicos	Gobierno TI
	Continuidad del negocio
	Seguridad de la información
	Desarrollo y cambios de TI
	Operaciones y monitoreo TI

Comité de Riesgos	Procesos o Áreas de Riesgos
Riesgos de Cumplimiento	Ambientales
	Calidad de los productos
	Comerciales
	Contables
	Laborales
	Municipales
	Normas de aplicaciones en todos los negocios
	Penales
Tributarias	

Comité de Riesgos	Procesos o Áreas de Riesgos
Riesgos de Seguridad Física	Incendio
	Accidente de clientes
	Accidentes laborales / enfermedades profesionales
	Derrumbes
	Emergencias sociales
	Explosión / fugas
Impacto ambiental	

Acciones en materia de cumplimiento

Durante 2020 la consultora BH Compliance certificó nuevamente la implementación, administración y supervisión por parte de Sodimac, de un modelo de prevención de delitos destinado a prevenir las infracciones señaladas por la Ley 20.393.

En 2020 la compañía adaptó sus protocolos internos en esta materia a los dos nuevos delitos incorporados en el Código Penal (artículos 318 bis y 318 ter) con motivo de la emergencia sanitaria, y que dicen relación con la inobservancia del aislamiento u otra medida preventiva dispuesta por la autoridad sanitaria en caso de epidemia o pandemia.

Prevención de pérdidas y auditoría interna

La Gerencia de Contraloría desarrolla un plan de auditorías internas que considera todos los riesgos del negocio, priorizando los procesos que presentan mayor vulnerabilidad. Tras las revisiones, el área entrega a la alta dirección un informe con las conclusiones y recomendaciones para cada caso, haciendo un seguimiento periódico hasta resolver la situación levantada. Los plazos asociados para dar solución y cierre dependen de la criticidad.

Sodimac también brinda entrenamiento especial a los trabajadores de las áreas expuestas a un mayor riesgo de corrupción, impartiendo pautas, procedimientos y normativas éticas para el desarrollo de sus funciones, las cuales fueron elaboradas en conjunto con el equipo de gobernanza de Falabella. Durante el ejercicio, estas capacitaciones de probidad alcanzaron a 155 trabajadores.

Además, durante el ejercicio se siguieron desarrollando capacitaciones online y cursos presenciales en temas de libre competencia y Ley N°20.393 dirigidos a la totalidad de los trabajadores. También se desarrolló el programa “Mi Cliente”, con formación en materia de derechos de los clientes.

Auditorías y medidas de control en tiendas

La Gerencia de Contraloría desarrolla un plan de auditoría que abarca todos los riesgos del negocio y prioriza los procesos más vulnerables, entregando un informe a la alta dirección con conclusiones y recomendaciones para cada caso. En 2020 se realizaron 252 auditorías planificadas y no planificadas, y 1.440 auditorías remotas, basadas en un panel de control de auditoría en tiendas, bodegas, filiales y oficinas centrales.

También se brinda entrenamiento especial a los trabajadores de las áreas expuestas a un mayor riesgo de corrupción, impartiendo pautas, procedimientos y normativas éticas para el desarrollo de sus funciones.



Nº Unidades Auditables	2018	2019	2020
Tiendas/Vta Empresa	81	80	77
Bodegas	36	30	30
Filiales (*)	3	3	3
Oficina de Apoyo	151	173	173
Total	271	286	283

Filiales: Empresas en sociedad relacionada con Sodimac.

Cursos de entrenamiento	Nº de empleados 2018	Nº de empleados 2019	Nº de empleados 2020
Prevención y pérdidas	1.249	1.025	915
Personal de seguridad externa (*)	699	620	540
Auditoría interna	16	16	12
Total	1.964	1.661	1.476

() Las empresas de seguridad externa deben cumplir con el curso 05-10 de Carabineros de Chile. Sodimac también capacita al personal externo de seguridad en temas de DD.HH., trato y dignidad hacia el cliente.
Fuente: Sodimac.*

Medidas de control en tiendas, centros de distribución y oficina central

La Gerencia de Contraloría aplica un modelo de auditoría continúa, empleando el sistema computacional “Panel de Control Remoto”, que permite detectar tempranamente cualquier desviación relativa a procedimientos contables, financieros y operacionales preestablecidos. El mecanismo cuenta con la gestión de otras áreas, como Venta Empresas, Finanzas, Tesorería, Prevención Pérdidas y Operaciones. Entre las medidas más usuales para abordar incidentes de corrupción destacan los inventarios generales, selectivos y diarios. Las situaciones abordadas en los informes permiten adoptar medidas como capacitaciones y despidos, entre otras.

Medidas para enfrentar la corrupción

(205-3)

Situaciones Detectadas	Medidas Adoptadas	2018	2019	2020
Mermas conocidas (robo detectado)	Inventarios generales	101	105	96
	Inventarios diarios	23.086	28.347	27.363
	Panel de control	1.264	1.088	1.440

Situaciones Detectadas	Medidas Adoptadas	2018	2019	2020
Fallas de procedimientos	Capacitación/Retroalimentación/Plan de Trabajo	21	1	6
	Amonestación	23	5	11
	Desvinculación	21	7	5
Abuso poder (acoso laboral y temas laborales)	Desvinculación	-	4	3
Apropiación indebida (fraude interno y hurto)	Desvinculación	-	2	1
Comportamiento inadecuado (connotación sexual y trato inadecuado)	Capacitación/Retroalimentación/Plan de Trabajo	-	-	69
	Traslado	-	-	3
	Amonestación (escrita o verbal)	-	-	16
	Desvinculación	-	20	12
Conflicto de interés	Declaración/ Administración del conflicto	-	-	2
Respeto a la vida privada y protección de los datos de carácter personal	Desvinculación	-	-	7

Fuente: Sodimac.



Nuestros trabajadores



Nuestros trabajadores

Sodimac desarrolla un proceso de mejoramiento continuo para atraer, formar y retener talentos, promoviendo el desarrollo laboral y calidad de vida de sus trabajadores, con relaciones laborales fluidas y transparentes. El cuidado de los trabajadores ha sido central durante la emergencia sanitaria, y aceleró procesos de digitalización, e-learning y capacidades de trabajo a distancia en aquellas funciones donde es posible.



Temas estratégicos

- Empleo y clima
- Cultura
- Diversidad e inclusión
- Formación y desarrollo
- Diálogo social
- Salud y seguridad

Hitos 2020

- En el marco de la pandemia, el Programa de Salud incorporó beneficios de telemedicina y apoyo de salud mental para trabajadores y sus cargas. Considerando los altos niveles de estrés, el Programa de Calidad de Vida ofreció un ciclo especial de charlas, además de un

programa de acompañamiento a los líderes, generando espacios de escucha y contención, además de entregar asesoría sobre cómo acompañar a sus equipos en este proceso.

- En materia de diversidad e inclusión, se participó en el Programa de Mentoría de Pride Connection y se lanzó el Protocolo de Transición de Género. La empresa apoyó el proceso de transición a través del Seguro Complementario de Salud; suscribió el programa TGE de la ONU, para desarrollar nuevas prácticas que aborden la equidad de género y puso en marcha un nuevo Protocolo de violencia de género junto con una campaña para prevenir toda forma de violencia hacia la mujer.
- Se realizó negociación colectiva no reglada con el Sindicato Homecenter, firmándose un convenio que abarcó a 5.888 trabajadores (39% de la dotación).
- GPTW reconoció a Sodimac como el Mejor Lugar para Trabajar entre las organizaciones del rubro retail hogar en Latinoamérica.

- El Servicio Nacional de Capacitación (Sence) destacó a Traineemac de Sodimac como el organismo técnico ejecutor de capacitación (OTEC) que más trabajadores capacita en Chile.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Gestión del talento y desarrollo integral

Formación y Capacitación

(404-1)

La empresa impulsa programas de capacitación y promoción acorde a los proyectos de vida, intereses, conocimientos y competencias de sus trabajadores, para que estén en posición de asumir nuevos roles.

Durante 2020 la agenda formativa de la compañía enfrentó un complejo escenario a raíz de la pandemia, obligando a encontrar fórmulas que permitiesen dar continuidad a capacitaciones esenciales para la operación. Esto llevó a impartir cursos e-learning de productos, todos codificados ante Sence, solución que arrojó un saldo muy positivo en cuanto a cantidad de programas dictados y participación de los trabajadores.

En paralelo, otros cursos y/o contenidos específicos se

traspasaron a diversos formatos (cápsulas de video, cartillas, sesiones a través de Teams, entre otros), como herramientas para auto instrucción.

El área de capacitación cerró el año planificando la reconversión a versiones e-learning de una serie de cursos que estaban en formato presencial, con el objetivo de dejar preparado el terreno frente a eventuales contingencias.

Como resultado de todas estas acciones, se pudo dar continuidad a los contenidos más relevantes, con un total de 54.685 horas de clases en formato e-learning y con un alcance de 3.509 trabajadores, mientras que las clases presenciales ascendieron a 53.649 horas, impactando a 4.727 empleados.

Horas de capacitación compañía

Año	Nº trabajadores	Horas utilizadas
2018	19.571	511.617
2019	17.276	494.633
2020	6.547	108.334

Fuente: Sodimac.

Horas de capacitación Sence

Año	Nº trabajadores	Horas utilizadas
2018	11.995	263.911
2019	11.079	321.305
2020	2.906	61.864

Horas de Capacitación por cargo	2018			2019			2020		
	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres
Gerentes y subgerentes	12.152	2.990	9.162	14.464	3.873	10.591	6.036	1.881	4.155
Profesionales y técnicos	83.049	34.213	48.836	74.460	34.004	40.456	33.573	17.737	15.835
Otros colaboradores	416.416	125.091	291.324	405.709	129.671	276.038	68.725	30.963	37.762
Total	511.617	162.295	349.322	494.633	167.548	327.085	108.334	50.581	57.752

Fuente: Sodimac.

Capacitación por género y cargo	2018			2019			2020		
	Nº Trabajadores	Nº Mujeres	Nº Hombres	Nº Trabajadores	Nº Mujeres	Nº Hombres	Nº Trabajadores	Nº Mujeres	Nº Hombres
Gerentes y subgerentes	499	115	384	503	119	384	480	115	365
Profesionales y técnicos	3.376	1.515	1.861	3.469	1.556	1.913	2.600	1.216	1.384
Otros colaboradores	15.696	5.512	10.184	13.304	5.008	8.296	3.467	1.452	2.015
Total	19.571	7.142	12.429	17.276	6.683	10.593	6.547	2.783	3.764

Fuente: Sodimac.

Escuela de Excelencia Sodimac

La Escuela de Excelencia Sodimac, dependiente de la Gerencia de Personas, realiza una formación integral de profesionales en retail, con mallas curriculares enfocadas en materias que brinden capacitación a largo plazo y permitan progresar laboralmente. Entre sus programas destacan: gestión de proyectos, atención a clientes, venta de proyectos, gestión comercial en el piso de venta, productos, trabajo en equipo y legislación laboral.

No obstante, en 2020 debió suspender su programación tradicional y adaptarse a las condiciones impuestas por la emergencia sanitaria. Pese a ello, el amplio uso de soluciones e-learning en 2020 fomentaron el uso de la plataforma Workplace y de la aplicación Success Factor de SAP, favoreciendo una nueva manera de impartir capacitación y fomentar la autogestión.

Además, se iniciaron negociaciones con Udemy, con el fin de poner a disposición de los trabajadores los más de 65.000 cursos impartidos por esta plataforma online, con contenidos específicos a las necesidades del negocio.

Traineemac, la OTEC que más trabajadores capacita

Sodimac imparte la mayoría de los cursos de formación a través de Traineemac, una filial de la empresa inscrita oficialmente como organismo técnico ejecutor de capacitación (OTEC) y certificada bajo las normas ISO 9001 y NCH 2778:2015.

Cabe señalar que esta iniciativa de la compañía fue destacada nuevamente este año en el ranking Sence como la OTEC que más trabajadores capacita en Chile.

¿Te perdiste alguna capacitación?

te presentamos el **Stream de la Escuela** subiremos los contenidos por...



Desarrollo Profesional

Planes de sucesión

Sodimac tiene un sistema de identificación, medición y ampliación de competencias laborales orientado a potenciar el desarrollo de carrera de sus trabajadores. De esta manera cuenta con talento interno con potencial para ser considerado cuando se produzcan procesos de búsqueda para cargos clave.

En todas las tiendas existe además un plan de sucesión, utilizado al momento de definir los ascensos en cargos de gerentes y subgerentes de local. Otra herramienta de promoción son los diplomados especiales destinados a fortalecer habilidades directivas y de gestión del retail.

Durante 2020, se realizaron 5 ascensos: 2 Jefes de Departamento a Subgerentes y 3 Subgerentes a Gerentes (4 hombres y 1 mujeres).

Existe, asimismo, un "Plan Semillero", que busca cubrir las vacantes de Jefes de Departamento de Ventas en Tiendas con trabajadores que no desempeñen una posición de liderazgo. Mediante este programa se acompaña a los candidatos en su proceso de desarrollo, definiendo diferentes etapas de evaluación, formación y práctica, de manera que adquieran las habilidades necesarias para el cargo. En 2020, se recibieron 371 postulaciones y 26 personas se encuentran en la última etapa de selección y formación.

Concursos internos

(404-2)

Mediante concursos internos la empresa brinda la oportunidad a sus trabajadores de ascender dentro de

la organización, y también de postular a otra tienda o instalación que permita que su calidad de vida mejore según cercanía a su lugar de residencia. Las vacantes están abiertas para todo empleado que no esté dentro del Plan de Sucesión o del Programa Semillero. En 2020, se realizaron 296 concursos internos a nivel nacional y hubo 127 seleccionados internos, quienes tomaron nuevas posiciones en la compañía.

Estos procesos no excluyen la existencia de concursos externos cuando se requieren, que en 2020 superaron las 72.939 postulaciones para posiciones en tiendas, centros de distribución, oficina de apoyo y call center.

Año	Concursos internos
2018	686
2019	403
2020	296

Fuente: Sodimac.

Academia de Liderazgo Sodimac

La base y fundamento de la Academia de Liderazgo es “El Modelo del Líder Sodimac” y sus cuatro pilares: Personas y Procesos, Gestión de Resultados, Experiencia de Clientes, y Motor de Cambio.

Mediante esta iniciativa se logra alinear a los y las líderes de la compañía, reforzando un sentido y propósito común, profundizando la colaboración y el compromiso de los participantes.

Los planes de entrenamiento incluyen cursos específicos, charlas, talleres y seminarios, destinados a potenciar y desarrollar las habilidades en materias como Técnicas de Gestión del Desempeño, Gestión de Equipos y Liderazgo para la Gestión de Equipos de Trabajo.

Durante 2020, producto de la pandemia, se realizó en modalidad online, a través de Teams, un curso de Liderazgo Estratégico para los jefes de nuestras tiendas, en el cual se capacitó a 579 líderes en 2 y 3 sesiones.

Evaluaciones de desempeño

(404-3)

La Evaluación de Desempeño es un proceso anual donde participa todo empleado que haya trabajado al menos tres meses en Sodimac. En 2020 la empresa estandarizó el procedimiento a nivel regional con la implementación de una nueva y única plataforma que mide las mismas competencias, quedando en condiciones de promover de forma equitativa la movilidad interna entre negocios y países.

La cobertura lograda alcanzó a un 99,81% del total de trabajadores equivalente a 15.357 personas (60,2% hombres y 39,8% mujeres).

Para la plana ejecutiva la empresa aplica procesos de Evaluación 360, abarcando a 162 personas en el año (127 hombres y 35 mujeres).

Evaluación de desempeño

Trabajadores evaluados

Año	Mujeres	Hombres	Total
2018	5.783	8.642	14.705
2019	6.214	9.409	15.623
2020	6.106	9.251	15.357

Fuente: Sodimac.

Selección: Privilegiando la mano de obra local

(202-2)

Sodimac recluta sus futuros empleados privilegiando a quienes residan en zonas cercanas a las tiendas o centros de distribución, criterio que busca contribuir a su calidad de vida y brindar oportunidades a las comunidades vecinas. Para cargos gerenciales, no obstante, se emplean principalmente promociones y concursos internos, por el tipo de funciones y la experiencia exigida.

La empresa también mantiene alianzas con diversas entidades relacionadas a las comunidades vecinas a las tiendas (municipios, organizaciones sociales, universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica), con el objetivo de entregar oportunidades laborales y de desarrollo, y generar impactos positivos entre jóvenes de escasos recursos.





Nuevas Contrataciones

Año	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	20	8	23	12	6	5
Profesionales y técnicos	262	184	165	103	75	48
Otros colaboradores	3.490	1.391	2.354	1.047	679	560
Total por género	3.772	1.583	2.542	1.162	760	613
Total	5.355		3.704		1.373	

Fuente: Sodimac.

Nuevas herramientas en reclutamiento y selección

Durante el 2020 el sistema de reclutamiento y selección de la compañía debió adaptarse al escenario de pandemia y al desarrollo acelerado del comercio digital, aprovechando la tecnología como una de las principales herramientas. Esto significó hacer un mayor uso de herramientas de selección online ya disponibles y desarrollar nuevos formatos de entrevistas virtuales tanto individuales como en formato assessment.

Atracción de talentos vía LinkedIn

En este contexto, LinkedIn se consolidó como el principal canal para atraer futuros talentos y adicionalmente la empresa comenzó a utilizar plataformas como Get On Board y Haker Rank, que se orientan específicamente a perfiles digitales.

Compensaciones

(202-1)

La empresa privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, con una política salarial que contempla un sueldo de entrada igual o superior al mínimo legal oficial. Por otro lado, con el criterio del "trabajador con ingreso de entrada", fomenta la empleabilidad de jóvenes y la formación de profesionales del retail incorporando a la empresa a menores de 30 años, sin capacitación ni estudios superiores, y que en un alto porcentaje acaban de egresar de la educación media, siendo esta su primera experiencia laboral.



Año	Salario mínimo país (\$)	Salario inicial Sodimac (\$)	Relación Sodimac vs país
2018	288.000	430.800	1,50
2019	301.000	450.246	1,50
2020	301.000	450.246	1,50

*Sueldos brutos. Salario inicial Sodimac considera gratificación.
Fuente: Sodimac.*

Cultura, clima laboral y calidad de vida

Bajo el modelo de Great Place to Work, Sodimac realiza mediciones de seguimiento a los indicadores de clima laboral en todos sus formatos. La Gerencia de Personas presenta los resultados a cada área con el objetivo de entender y analizar los indicadores y así, en conjunto con los equipos, generar planes de acción que los mejoren o potencien año a año.

Para las áreas con resultados bajo el estándar de la compañía se implementa un proceso de consultoría y acompañamiento que incluye espacios de conversación uno a uno con la gerencia y jefaturas del equipo, junto a sesiones dinámicas de focus groups con los trabajadores para entender los resultados desde distintas ópticas.

Mejor empresa de retail hogar para trabajar

Debido al contexto pandemia, la medición que cada año realiza Great Place to Work (GPTW) para determinar las mejores empresas para trabajar en distintas categorías fue suspendida hasta 2021. Sin embargo, sobre la base de datos recopilados a partir de aproximadamente 1,2 millones de respuestas obtenidas mediante encuestas en las que participaron trabajadores de toda la región,

además de otra información recogida antes del brote de coronavirus, esta organización estuvo en condiciones de publicar su 17ª listado anual acerca de Los Mejores Lugares para Trabajar en América Latina.

De esta forma, GPTW situó a Sodimac en el primer lugar entre las organizaciones del rubro retail hogar a nivel de toda Latinoamérica.

Calidad de vida

(401-2)

Sodimac cuenta con programas destinados a mejorar el bienestar de trabajadores y sus familias potenciando la conciliación entre vida personal y laboral. En tal sentido, existen sobre 70 beneficios relacionados con familia, vivienda, educación, salud, seguros, ayudas especiales, bonos, asignaciones y reconocimientos.

En 2020 fueron adaptados al contexto de la pandemia, velando por resguardar las medidas sanitarias, el cuidado de la salud y las necesidades de los trabajadores, con un foco especial en acoger problemáticas que afectarán a trabajadores y sus familias.

Considerando los altos niveles de estrés por efectos de la pandemia, se ofrecieron diversas charlas que cubrieron no solo temas técnicos o vinculados a lo laboral, abordándose también temas ligados al arte, las humanidades y de interés general.

Asimismo, hubo un acompañamiento especial del área de Cultura y Clima Laboral a los líderes de la compañía, generando espacios de escucha y contención, además de entregar asesoría sobre cómo acompañar a los equipos en este proceso.

Una de las principales iniciativas fue fortalecer Workplace, el principal canal de comunicación interno de la compañía, para mantener un contacto permanente e instantáneo con todos los trabajadores. La herramienta permitió un flujo constante de interacciones y realizar seguimiento de los casos que requirieran un apoyo especial, y especialmente de quienes resultaron contagiados, otorgando asesoría, orientación y apoyo. El año cerró con 13.230 usuarios activos en Workplace, con 134 grupos abiertos y 613 grupos cerrados. Las interacciones alcanzaron alrededor de 40.000 publicaciones, con 62.000 comentarios y 269.000 reacciones anuales.

Reconocimientos y otras actividades

En 2020, las principales actividades entre ellas el Reconocimiento a la Excelencia Máxima y Voluntario destacado, como las Fiestas de Navidad, se realizaron de manera virtual a fin de continuar promoviendo aquellas iniciativas que forman parte primordial de la cultura de Sodimac.

Otras actividades como los reconocimientos de años de servicio y reconocimientos de educación se realizaron localmente bajo estrictas medidas sanitarias con el fin de resguardar la salud de todos los trabajadores.

Principales Beneficios (M\$)	2018	2019	2020
Bono de vacaciones	4.747.299	5.293.345	4.705.966
Antigüedad y permanencia	957.172	965.003	1.081.460
Bono de asistencia	3.775.295	4.028.035	3.213.124
Aguinaldos	1.910.306	1.974.039	1.813.278
Sala cuna	972.138	1.007.340	712.924
Beneficios por traslados	3.187.954	3.406.169	3.626.411
Beneficios por uniforme y ropa de trabajo	1.575.790	1.329.032	1.069.434
Eventos corporativos	2.579.293	2.022.267	991.117
Casino y colación	13.233.166	12.872.973	10.020.807

Fuente: Sodimac.

Principales programas

Orientación y apoyo social

Durante el 2020 a través del equipo de Asistentes Sociales a nivel nacional, el principal foco fue realizar acompañamiento, orientación y apoyo a las diferentes necesidades que presentaron los trabajadores. Es así, que durante 2020 los trabajadores y sus familias afectadas por Covid recibieron seguimiento y evaluación de necesidades, a través de llamados telefónicos diarios, lo que permitió mantener información actualizada a través de una plataforma dispuesta especialmente para esto.

Adicionalmente, se hizo un levantamiento periódico, a través del equipo de Asistentes Sociales sobre las principales inquietudes, preocupaciones y emociones que afectaban a los trabajadores de todo Chile. Esto

permitió identificar 98 casos sociales de trabajadores, que requerían ayuda para cubrir sus necesidades de salud, vivienda y otros. El aporte total entregado ascendió a \$22 millones aproximadamente.

En 2020, la empresa otorgó permisos con goce de remuneración a todos aquellos trabajadores mayores de 60 años, embarazadas y personas con enfermedades calificadas de alto riesgo frente a la enfermedad Covid, llegando a tener 3.098 trabajadores en dicha situación desde marzo hasta la fecha, representando aproximadamente el 20% de la dotación.

Adicionalmente, Sodimac realizó un plan de retiro voluntario especial para trabajadores, el que consideró beneficios adicionales en los montos de indemnización, así como la extensión del periodo de cobertura del seguro complementario de salud para el trabajador y sus cargas

por un periodo de un año. A este beneficio se acogieron 1.435 trabajadores.

Programa de Vivienda

La empresa respalda los esfuerzos de trabajadores que buscan materializar el sueño de la casa propia, brindando asesoría y orientación sobre los beneficios estatales para obtener una vivienda durante las postulaciones a subsidios habitacionales y respecto al apoyo financiero que Sodimac otorga en este sentido. En 2020 se concedieron préstamos para facilitar este proceso a 69 trabajadores, por un monto de \$32 millones aproximadamente.

Por otro lado, dada la contingencia sanitaria se debió reprogramar para el 2021 el programa "Nuestra Casa Contigo", dado que los proyectos involucran distintas fases de trabajos en terreno que necesitan condiciones adecuadas para planificarlas y realizarlas de forma segura y efectiva. En este programa Sodimac aporta recursos económicos para proyectos de mejoramiento de viviendas de trabajadores en situación de vulnerabilidad, mientras

que maestros y trabajadores inscritos en programas de voluntariado corporativo concurren con mano de obra. En los últimos tres años esta iniciativa ha beneficiado a 342 trabajadores que cumplieron con los requisitos de postulación, concretándose 558 proyectos.

Programa de Salud

Sodimac fomenta y resguarda la salud física de sus trabajadores, brindando orientación a través de los asistentes sociales de la empresa sobre una correcta utilización de planes de salud y beneficios asociados. Existen dos convenios colectivos con las Isapres Colmena y Consalud, a través de los cuales pueden optar a planes exclusivos o a planes con precios preferenciales en relación con su valor de mercado. Además, existe un seguro complementario de salud, dental y catastrófico con la Compañía de Seguros Chilena Consolidada, que es financiado entre la empresa y el trabajador e incluye a sus cargas.

En 2020 estas ayudas fueron complementadas poniendo a disposición de los trabajadores y sus cargas legales cupos de telemedicina y apoyo de salud mental gratuita, beneficiando a 48 personas que solicitaron este beneficio.

Programa de Deportes

La empresa promueve actividades que fortalezcan la salud física y mental de las personas, una sana convivencia laboral y el clima interno. En 2020 naturalmente no fue posible organizar los programas habituales (campeonatos regionales, pausa saludable, acondicionamiento físico, encuentros de fútbol, tenis de mesa, clases de pilates, yoga, zumba, baile entretenido, corridas y gimnasios, entre otros), no obstante, los trabajadores diariamente tuvieron acceso online vía Workplace a clases y actividades físicas, además de pausas saludables, quedando todas a disposición permanente en dicha plataforma.

Gimnasio
SODIMAC
online Para todos



Actividades deportivas 2020

Capsulas pausas activas	92
Rutinas de entrenamiento	111
Clases en línea	352

Fuente: Sodimac.

Programa de Flexibilidad Laboral

La pandemia obligó a que todos los trabajadores de las oficinas centrales, dadas sus funciones administrativas, desempeñaran sus labores desde sus hogares en la modalidad de teletrabajo. No obstante, las políticas para ayudar a compatibilizar la vida personal con la laboral se mantuvieron vigentes, ajustando los protocolos internos a la normativa legal referida a teletrabajo.

Con el objetivo de lograr una mayor conciliación de la vida personal y laboral de quienes hacen teletrabajo,

se realizó una campaña comunicacional, estableciendo horarios de reuniones, de almuerzo y jornada laboral, promoviendo el respeto por los tiempos de desconexión y los tiempos personales de cada trabajador. Esta campaña inicialmente se informó a los líderes de la organización y posteriormente a todos los trabajadores.

Los tres pilares que sustentan este programa son:

- **Flexibilidad horaria:** El trabajador que no está en la operación de tiendas y centros de distribución opta, dentro de tres alternativas, por el horario que más le acomode, siempre que sea compatible con sus funciones.
- **Lugar de trabajo:** Permite optar al sistema de trabajo a distancia, siempre que el cargo y herramientas de trabajo lo permitan.
- **Tiempo libre:** Da la posibilidad de solicitar permisos sin goce de sueldo, para utilizarlos según necesidad mediante las siguientes modalidades: dos bloques de cinco días hábiles, o un permiso de hasta tres meses.

Adicionalmente, como una forma de compensar y retribuir el compromiso de sus trabajadores que prestaron servicios durante el periodo de confinamiento, la empresa otorgó 3 días libres con goce de remuneración y permitir así, que los trabajadores descansen y compartan con sus familias. También como retribución, la compañía decidió cerrar sus puertas el 24 de diciembre, dando así la posibilidad de disfrutar esta fecha junto a sus familias.

La empresa también abre cupos para prácticas laborales inclusivas donde, en conjunto con el Estado y en particular con Sence, se entrega una opción para aplicar conocimientos adquiridos en cursos de venta, e-commerce y reposición a personas en reinserción social, situación de discapacidad y mujeres jefas de hogar. Con ello mejoran su empleabilidad y desarrollan habilidades transversales.

Biblioteca Sodimac

La empresa tiene a disposición de sus trabajadores una biblioteca con 2.967 títulos que incluye ediciones de lectura complementaria para los hijos en edad escolar, grandes clásicos de la literatura y todo tipo de novelas. El personal a nivel nacional puede solicitar alguno de estos libros a través de los respectivos jefes de recursos humanos.

Diversidad e inclusión

Sodimac cuenta con una Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación vinculada a un proceso de gestión planificado, sistemático, y comprensivo, cuyo principal objetivo es desarrollar un lugar de trabajo sin exclusiones por factores distintos al aporte profesional.

El modelo incluye un módulo de diversidad e inclusión incorporado a la inducción de todos quienes se incorporan a la empresa, de modo que estén alineados desde un comienzo con los principios corporativos y contemplen la diversidad en su gestión.



Avances 2020

En el año Sodimac logró avanzar en distintos tópicos relevantes en materia de diversidad e inclusión: participó en el Programa de Mentoría de Pride Connection y se lanzó el Protocolo de Transición de Género; apoyó el proceso de transición a través del Seguro Complementario de Salud; suscribió el programa TGE de la ONU, para desarrollar nuevas prácticas que aborden la equidad de género y puso en marcha un nuevo Protocolo de violencia de género junto con una campaña para prevenir toda forma de violencia hacia la mujer.

Nuestros programas

Personas en situación de discapacidad

Sodimac dispone de un Programa de Inclusión para Personas en Situación de Discapacidad que brinda condiciones para que todo individuo que presente algún tipo de discapacidad pueda desempeñarse en la empresa en igualdad de condiciones.

El mecanismo contempla un proceso de selección con perspectiva inclusiva, formación sobre diversidad y discapacidad al equipo de trabajo directo, seguimiento en la adaptación al puesto de trabajo y una inducción adaptada a su realidad, entre otras acciones. También se capacita a las jefaturas de recursos humanos y asistentes sociales de tiendas y centros de distribución para que a su vez puedan instruir y apoyar a los equipos acerca de una adaptación efectiva de las personas en situación de discapacidad. Asimismo, la Gerencia de Personas cuenta

con el cargo de Coordinador de Diversidad e Inclusión que depende del área de Calidad de Vida.

Complementariamente, las instalaciones han sido adaptadas al criterio de accesibilidad universal, mejorando las demarcaciones, construyendo rampas, implementando huellas podotáctiles y rebaje de mesones y colocando señalética que indica los espacios accesibles, entre otras medidas.

Acorde con estas políticas, la empresa participó en la segunda versión de la Expo Inclusión, iniciativa que durante 2020 significó la realización de ferias en Santiago, Antofagasta y Concepción, en las cuales se ofrecieron más de dos mil puestos de trabajo para personas con discapacidad.

Al cierre de 2020, en Sodimac Chile trabajaban 161 personas con discapacidad acogidos a la Ley de Inclusión, lo que corresponde al 1,06% del total de la dotación, con lo que la empresa cumplió el porcentaje exigido por la ley.

Sello de Empresa Inclusiva

Cabe señalar que, gracias a este esfuerzo por entregar de oportunidades laborales a personas con discapacidad, en 2020 la empresa obtuvo el sello de Empresa Inclusiva entregado por Best Buddies.

Visita de autoridades

En octubre la ministra de Desarrollo Social y Familia, Karla Rubilar, y el subsecretario del Trabajo, Fernando Arab, entre otras autoridades, visitaron la tienda Sodimac Homecenter Ñuñoa con el fin de conocer los distintos espacios de inclusión implementados en las instalaciones de la compañía tanto para trabajadores como para el público en general, y aprovechar de hacer un llamado a las empresas para que postulen al Subsidio al Empleo disponible desde septiembre de 2020.

En la ocasión, la Rubilar destacó la importancia de que las organizaciones hagan mayores esfuerzos para incorporar en sus equipos a personas con discapacidad, aprovechando todos los incentivos que existen para ello.

En la visita a Sodimac, también se entregaron recomendaciones para generar y promover un retorno laboral seguro e inclusivo de los trabajadores con discapacidad.

Equidad de género

(401-3; 405-2)

Como parte del grupo Falabella, Sodimac participa en la Encuesta Par Latinoamérica, herramienta que mide el desempeño de empresas privadas, entidades públicas y pymes en materia de equidad de género, con objetivo de evaluar las brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo del personal femenino.

En tal sentido, gracias a un sistema de remuneraciones que solo considera variables relacionadas con el valor profesional, la compañía no presenta brechas salariales sustanciales entre hombres y mujeres en las diversas funciones. Paralelamente, existe un plan de sucesión de talento en tiendas que permite alcanzar cargos de mayor responsabilidad considerando elementos objetivos y en igualdad de condiciones.

Por otro lado, para fomentar el desarrollo laboral de las mujeres se han implementado medidas como flexibilidad laboral, con posibilidad de trabajar en Home Office (herramienta que se reveló muy útil durante la pandemia) o variar el horario de ingreso y salida.

Además, se ha incrementado a ocho días el permiso a los padres por nacimiento de un hijo y con el programa "Mi Tiempo" cuentan con permisos para ausentarse sin goce de sueldo. Estos beneficios están sujetos a requisitos y pueden variar de acuerdo con la jornada laboral y el convenio colectivo.

En 2020 el 41% de la dotación total de Sodimac estaba compuesto por personal femenino, un 18% de las gerencias de tienda eran desempeñadas por mujeres y ocupaban el 28% de las posiciones de subgerencia y el 43% de las jefaturas.

Licencia Postnatal/ Parental

	2018	2019	2020
Mujeres	365	341	256
Hombres	2	5	2

Fuente: Sodimac.

Tasa de Regreso al Trabajo

	2018	2019	2020
Mujeres	99%	94%	82%
Hombres	100%	100%	100%

Fuente: Sodimac.



Brecha salarial por género

Cargo, Responsabilidad o función	Proporción del sueldo bruto promedio de ejecutivas y trabajadoras respecto de ejecutivos y trabajadores
Gerentes y ejecutivos principales	87%
Profesionales y técnicos	89%
Trabajadores	91%

Fuente: Sodimac.

Interculturalidad

Sodimac forma parte de la Red de Empresas Interculturales, instancia para compartir experiencias en temas de diversidad cultural, y mantiene alianzas con distintas organizaciones de la sociedad civil -entre ellas el Servicio Jesuita a Migrantes- para promover la contratación de personas de diferentes nacionalidades.

La compañía ha abordado esta temática desde un enfoque de respeto e igualdad, y para inculcar estos valores se elaboró un Manual de Contratación de Personas Migrantes y Comunicación Intercultural. Adicionalmente, se dictan talleres de certificación de competencias a través de Chile Valora destinados a trabajadores migrantes, junto a cursos de español dirigidos especialmente a haitianos.

En 2020, Sodimac cuenta con 725 trabajadores extranjeros de 18 nacionalidades desempeñándose en diversos cargos entre Arica y Punta Arenas.

Diversidad Sexual

Sodimac opera con criterios basados en el respeto a todas las personas, sin distinciones por identidad de género u orientación sexual. Por este motivo, la empresa incorpora el Acuerdo de Unión Civil como un equivalente al matrimonio en la política de beneficios para los trabajadores.

También existe un Protocolo de Transición de Género para facilitar el proceso de incorporación de las personas trans. A través de esta política la empresa respeta el nombre social de las personas en transición y educa sobre la temática para acompañar dicho proceso de la mejor manera posible.

Cabe añadir que la compañía adhiere a la conmemoración del Mes del Orgullo, actividad que se difunde tanto en plataformas internas como en las redes sociales de Sodimac.



Generación senior

Sodimac valora la contribución de distintos grupos etarios al clima laboral al interior de la organización, promoviendo el aporte de trabajadores de 60 años o más, quienes con su experiencia laboral y de vida ayudan a elevar los estándares de servicio de la empresa.

En 2020, la compañía cuenta con 180 empleados senior, quienes estuvieron en modalidad teletrabajo durante el año.

Reinserción Social

La compañía forma parte del Proyecto +R, el que incentiva el proceso de inclusión laboral de jóvenes que han estado cumpliendo una sanción en el Sename. La Fundación Proyecto B colabora en esta iniciativa acompañando el monitoreo y seguimiento en la adaptación al puesto de trabajo.

Prevención y Seguridad

(403-1; 403-2; 403-4; 403-8; 403-9; 403-10)

El cuidado de nuestros trabajadores

Sodimac definió una Política en Seguridad y Salud Ocupacional que establece como principios fundamentales el permanente fortalecimiento de una cultura preventiva y la constante mejora de los estándares de seguridad. Además, se declara que la prevención de riesgos, la productividad y la venta tienen el mismo nivel de importancia en los procesos de la organización.

La prevención de accidentes laborales y enfermedades profesionales se sustenta en el estándar ISO 45.001 sobre sistemas de gestión en seguridad y salud ocupacional, que

garantiza la mejora continua de los procesos operacionales de control del riesgo.

En todas las instalaciones operan comités paritarios activos en los cuales son un apoyo principal en las investigación y gestión de accidentes. Adicionalmente, cada año se realizan campañas, caminatas de inspección, planes de acción y seguimiento para minimizar las condiciones y conductas de riesgo, para potenciar el autocuidado, y se lleva a cabo un reconocimiento a los trabajadores, tiendas y bodegas que destacan en la prevención de riesgos para potenciar la actitud preventiva en las operaciones diarias.

Asimismo, la llegada de la tecnología enlazada con la digitalización ha revolucionado muchos procedimientos laborales. La gerencia de Prevención de Riesgos se sumó a la plataforma "Woken Reactive" que ha permitido minimizar más del 80% del uso del papel en todas las instalaciones con la realización de check list de inspecciones del área de Prevención de Riesgos y Pérdidas, donde

completan preguntas diarias, a través de aplicaciones en los smartphones. Esto ha facilitado que todos los líderes de áreas puedan contar con un informe digital con los estatus de los hallazgos encontrados diariamente para resolverlos oportunamente y así mitigar los riesgos detectados desde una fase temprana.

Además, se han sumado otros procedimientos más digitales como las rendiciones de gastos, a través de la plataforma "Rindegastos". También se han incorporado los procesos en el control de incendio con la plataforma "Onyxworks" que permite visualizar la información de las centrales de incendio de todas las tiendas, permitiendo emitir informes digitales de fallas de los paneles resumidos por las tiendas a cada equipo regional de prevención.



Alianza estratégica ACHS-Sodimac

Hace 18 años Sodimac mantiene una alianza estratégica con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), la cual ha significado el trabajo colaborativo con una mirada en impactar y potenciar la cultura preventiva integral en nuestra organización.

De esta forma, junto con ACHS se ha establecido anualmente planes de trabajo conducentes a minimizar la generación de accidentes y enfermedades profesionales, mantener ambientes de trabajo sanos, y con la asesoría y apoyo permanente para el cumplimiento de requisitos legales aplicables.

Durante el 2020, la pandemia del COVID-19 nos obligó a revisar las actuales formas de trabajo, ajustar los objetivos y el programa anual de trabajo. En este

contexto, mantuvimos comunicación oportuna y directa con la ACHS, quienes informaban las actualizaciones de las nuevas normativas, teletrabajo y toda modificación legal por la pandemia.

Adicionalmente, el soporte técnico de los profesionales ACHS debió ajustarse al contexto sanitario. Esto se vio reflejado con las asesorías remotas y presenciales, apoyo especializado en la elaboración de procedimientos relacionados con las nuevas exigencias, y verificando en terreno el cumplimiento de las condiciones de prevención de contagios, de acuerdo con los requisitos obligatorios del Formulario Único de Fiscalización y las recomendaciones de buenas prácticas sugeridas.

También durante el año se contó con el apoyo ACHS en el ámbito psicosocial para las jefaturas y trabajadores. Con el apoyo de la gerencia de Personas y ACHS, en junio se realizó el taller de primeros auxilios psicológicos, dirigidos

a los Jefes de Prevención, Regionales y Gerentes de tienda. Durante el Mes de la Prevención, se generó un podcast para los trabajadores, y en octubre se impartió el taller de gestión de emociones, orientado para todos aquellos trabajadores con responsabilidad de manejo de equipos.

Para activar un retorno seguro de trabajadores, se contó con la asesoría de la Dirección Médica de ACHS más su equipo operativo. El objetivo fue establecer las líneas de acción para asegurar el retorno seguro del personal. Adicionalmente, se programó una capacitación masiva a más de 2 mil trabajadores en el curso "Orientación en Prevención contagio COVID-19", de manera de asegurar que supieran los riesgos y las medidas que debían ejecutar al regresar a su lugar de trabajo.



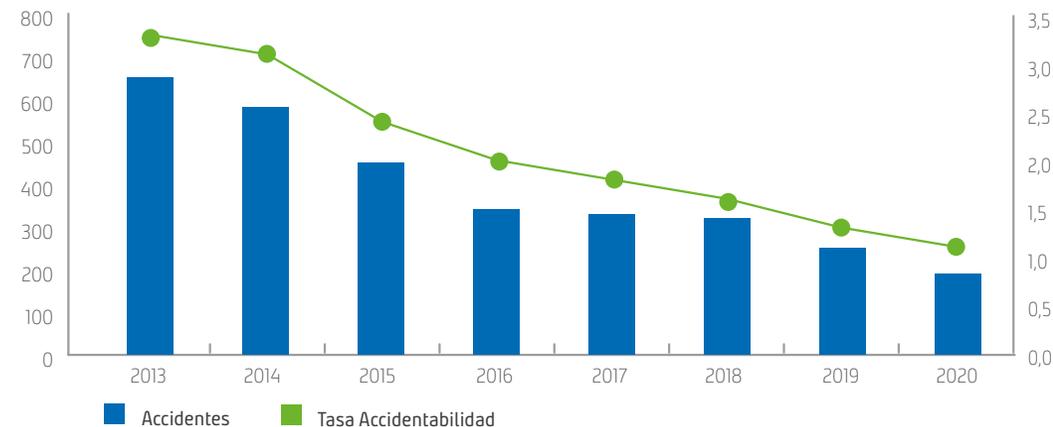
Tasa de siniestralidad y accidentabilidad

(403-2)

A lo largo de los años Sodimac ha logrado reducir la tasa de accidentabilidad y siniestralidad. La política corporativa en tal sentido está centrada en el cuidado de las personas y la promoción permanente de una cultura preventiva, lo que ha permitido que la tasa de siniestralidad registrada por la empresa muestre índices que figuran entre los más acotados dentro de la industria del retail.

- Al cierre de 2020 se habían registrado 189 accidentes laborales, incluyendo las enfermedades profesionales, y 3.147 días perdidos, incluyendo los días de arrastre del año anterior.
- La accidentabilidad se situó en un 1,17, logrando un 21% menos que en 2019.
- La tasa de siniestralidad, en tanto fue 19,63, que equivale a un 7% menos que en 2019.

Accidentes y Tasa de Accidentabilidad



Fórmula de cálculo: $\frac{\text{Nº de accidentes}}{\text{Promedio de trabajadores} \times 100}$
Fuente: ACHS

Días Perdidos y Tasa de Siniestralidad



Fórmula de cálculo: $\frac{\text{Nº de días perdidos}}{\text{Promedio de trabajadores} \times 100}$
Fuente: ACHS



Zona o Región	2018				2019				2020			
	Días perdidos por accidentes	Accidentes	Enfermedades profesionales	Víctimas mortales	Días perdidos por accidentes	Accidentes	Enfermedades profesionales	Víctimas mortales	Días perdidos por accidentes	Accidentes	Enfermedades profesionales	Víctimas mortales
Zona Norte	594	36	-	-	373	26	1	-	115	16	-	-
Zona Centro	298	35	1	-	522	34	-	-	276	16	-	-
Zona Sur	851	90	1	-	795	67	2	-	1.060	69	13	-
Región Metropolitana	2.964	155	2	-	1411	124	3	-	894	68	7	-
Hombre	3.161	214	3	-	2.136	177	4	-	1.563	116	14	-
Mujeres	1.546	102	1	-	965	74	2	-	782	53	6	-
Total	4.707	316	4	-	3.935	251	6	-	3147	169	20	-

Nota: Días perdidos por accidentes incluye días de arrastre de años anteriores.

Fuente: ACHS

Medidas de prevención y actividades de apoyo en contexto de pandemia

Las medidas de prevención y apoyo a los trabajadores adoptadas por Sodimac para enfrentar la realidad impuesta por la pandemia fueron:

- Permisos con pago de remuneraciones para trabajadores en grupo de riesgo (con enfermedades de base, embarazadas y adultos mayores). La empresa llegó a tener 3.098 personas en esta condición.
- Reducción de horarios de las tiendas.
- Entrega de elementos de higiene y protección (mascarillas, alcohol gel y guantes, entre otros), junto con una campaña comunicacional y capacitaciones en medidas de protección.
- Acompañamiento y seguimiento diario a todos quienes resultaron contagiados.
- Permisos y seguimiento diario para trabajadores calificados como contactos estrechos.
- Ayudas económicas para quienes la necesitaron durante su periodo de cuarentena o licencia producto de Covid-19.
- Acompañamiento a familias de trabajadores fallecidos (lamentablemente tres personas fallecieron).
- Teletrabajo durante el periodo para los trabajadores de Oficina de Apoyo y call center y para los empleados de tiendas y centros de distribución con funciones que así lo permitieran.
- Charlas y webinars voluntarios orientados a entregar información a los líderes de la empresa en temas relativos a gestión de clima y pandemia, teletrabajo y productividad, y primeros auxilios psicológicos (en alianza con la ACHS).



Relación con los sindicatos

(102-41)

Al cierre de 2020 en Sodimac Chile operaban cinco sindicatos empresa, cinco sindicatos interempresa y un sindicato de establecimiento, inscritos bajo un solo RUT, que en conjunto representaban a 12.205 trabajadores socios, lo que implica una tasa de sindicalización del 81%, cifra que supera el promedio país.

Con estas organizaciones la compañía busca mantener una fluida relación, sobre la base del diálogo, mutua colaboración y confianza. Esta visión se funda en los siguientes pilares:

- Respeto por las personas.
- Compromiso con su desarrollo personal y profesional.
- Legitimidad de las organizaciones gremiales.
- Apego a la legislación.

Trabajadores sindicalizados

Año	Nº trabajadores	Porcentaje
2018	13.978	78%
2019	14.014	78%
2020	12.205	81%

Fuente: Sodimac.

Negociaciones colectivas

Durante el año tuvo lugar una negociación colectiva no reglada con el Sindicato Homecenter que dio origen a un convenio que abarcó a 5.888 trabajadores, lo que representa un 39% de la dotación total de la empresa.

Diálogo permanente

Entre marzo y diciembre de cada año, ejecutivos de la empresa se reúnen mensual o bimensualmente con las directivas de los sindicatos de empresa Sodimac, Homecenter, Sintrabos, Nocesur y Autónomo, ocasiones que permiten a los representantes sindicales plantear diversas inquietudes y la compañía, a su vez, proveer información sobre materias relevantes.

Los sindicatos de tiendas (interempresas) establecen por su parte reuniones con los gerentes de tienda, Business Partner (Jefe Regional de

Personas) y el correspondiente jefe de recursos humanos, en la medida que tengan temas que necesiten tratar con la empresa.

Todas las organizaciones sindicales cuentan con un canal abierto hacia el equipo de Relaciones Laborales a través de e-mail, WhatsApp y teléfono.

Esta política demostró todo su valor a lo largo de 2020, porque se transformó en la base del trabajo colaborativo que la empresa desarrolló con los diferentes sindicatos para sumar esfuerzos y abordar los desafíos de la pandemia.

Formación Sindical

Sodimac ofrece un programa de formación orientado a potenciar las habilidades de los dirigentes sindicales en aspectos relacionados a relaciones laborales y desarrollo de procesos de negociación colectiva. Sin embargo, en 2020 debió ser suspendido a raíz de la crisis sanitaria.

Judicialización de causas laborales

En 2020 hubo 240 denuncias de tipo laboral, canalizadas por las instancias legales de la empresa, con 196 causas resueltas y otras 44 aún abiertas y en etapa de investigación.

Causas Laborales

Año	Nº Denuncias
2018	168
2019	162
2020	240

Fuente: Sodimac.

Subcontratación en Sodimac

Sodimac cuenta con una Unidad de Subcontratación a cargo de diseñar e implementar políticas que garanticen el cumplimiento de las obligaciones laborales de los empleados externos y velar por un mejoramiento de sus condiciones de trabajo. También efectúa capacitaciones en todas las tiendas sobre la legislación laboral vigente, con un enfoque específico en subcontratación, con el objeto de promover la autorregulación y generar una relación equilibrada entre empleadores y trabajadores subcontratados, previniendo demandas y multas por contravención a la normativa laboral.

La Unidad de Subcontratación instruyó un total de 90 juicios y demandas interpuestos por trabajadores externos durante 2020, de las cuales 47 concluyeron en el período y el resto seguía en trámite al cierre del año.

La empresa también cuenta con un sistema de control de acceso, operativo en todas las instalaciones (tiendas, bodegas y centros de distribución). Con este

mecanismo se busca validar si los trabajadores están habilitados para ingresar a dichos lugares para prestar sus servicios (personal externo, esporádicos y ruteros), en línea con la documentación exigida legalmente y la seguridad de los trabajadores subcontratados.

A raíz de la pandemia Sodimac tomó una serie de medidas de ingreso con respecto a los trabajadores externos, todo dentro del marco de los protocolos establecidos por las autoridades:

- Presencia en instalaciones de Sodimac (definición de grupos de riesgo y teletrabajo, distancia social).
- Higiene y limpieza (lavado de manos, uso del casaca).
- Comunicación/Emergencia (tomar todas las medidas indicadas por las autoridades de salud en caso de sospecha o contagio del virus).



	2018	2019	2020
Empresas externas (*)	118	123	117
Nº de trabajadores (**)	5.258	5.744	4.913
Nº de fiscalizaciones	-	-	-
Nº de multas	-	-	-

(*) Este número comprende sólo a las empresas de control centralizado. Los contratistas de operación aislada son controlados por cada tienda.

(**) En 2020 la dotación estuvo compuesta por un promedio de 4.913 trabajadores subcontratados, de los cuales 3.192 eran hombres y 1.721 mujeres.

Fuente: Sodimac.





Nuestros
proveedores



Nuestros proveedores

Los proveedores son aliados estratégicos y Sodimac busca generar con ellos relaciones de largo plazo mutuamente beneficiosas, fundadas en reglas transparentes y políticas de gestión responsables.

Temas estratégicos

- Gestión sostenible de proveedores
- Satisfacción del proveedor
- Emprendimiento local y sostenible

Hitos 2020

- Entrevistas de diagnóstico para conocer situación de proveedores durante la pandemia e introducir mejoras en procedimientos y acuerdos comerciales.
- Apertura del Marketplace a microemprendedores sin cobro de comisión durante tres meses, para apoyarlos en la crisis.
- 144 proveedores internacionales firmaron la declaración de calidad y sostenibilidad en 2020.
- Comercio inclusivo: Sodimac y la startup Lazarillo desarrollaron en 2020 una nueva funcionalidad que ayuda en el proceso de compras por Internet a más de 800 mil chilenos que tienen algún tipo de discapacidad visual, que pueden acceder con un click a una aplicación e interactuar por videollamada con un vendedor especialista capacitado especialmente para orientarlos sobre productos y servicios, armar carros de compra y completar todos los pasos para realizar una transacción segura.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Gestión sostenible de la cadena de suministro

(102-9; 204-1)

Con 5.851 proveedores de todo tamaño, Sodimac cuenta con una amplia cadena de valor con la que se articulan relaciones que buscan una coordinación eficiente, complementariedad de capacidades, innovación, producción asegurada y sensibilidad para atender las necesidades de los clientes.

En el marco de una política de abastecimiento responsable, la compañía cada año selecciona los mejores productos disponibles en Chile y en muchos otros mercados del mundo, respaldados por fabricantes de confianza que son sometidos a estrictos controles de calidad.

Alrededor del 81% de las compras realizadas por la empresa en el país fue suministrada por compañías locales, mientras que la mercadería de origen extranjero correspondió a un 19% del total en 2020, con origen principalmente en Asia, Sudamérica, Norteamérica y Europa.

La estrategia de aprovisionamiento considera el precio, la continuidad del proveedor, la calidad y seguridad de su oferta, políticas de mejoramiento continuo, buenas prácticas laborales, ambientes de trabajo adecuados, uso de elementos de seguridad y el respeto por las normas nacionales e internacionales en materia laboral.

Participación en compra proveedores

Origen	2018	2019	2020
Importado	25%	23%	19%
Nacional	75%	77%	81%

Fuente: Sodimac.

Relación con los proveedores durante la pandemia

La compleja situación gatillada por la emergencia sanitaria a nivel global impactó naturalmente a la amplia cadena de valor de Sodimac. Frente a ello, la empresa reaccionó entrevistando a más de 30 de sus proveedores con el objetivo de poder efectuar un diagnóstico acerca de los problemas que les estaba causando la pandemia y áreas de mejora en su relación con Sodimac, y sobre esa base elaborar una estrategia de apoyo.

A nivel general, la compañía diseñó un plan de trabajo destinado a mejorar distintos procedimientos en la relación con proveedores, incluyendo temas de pagos, cobros de rebates y multas, lentitud

en ciertos procesos, y aspectos operacionales y logísticos, entre otros. Se hicieron ajustes en el vendor business agreement (VBA) o acuerdo de condiciones comerciales que Sodimac firma con los proveedores, de modo de clarificar procedimientos en pos de tener una interacción más transparente.

También se establecieron encuentros semestrales con los proveedores más estratégicos con el fin de mantenerlos informados sobre la estrategia de Sodimac y, al mismo tiempo, ofrecerles una instancia adicional para que puedan plantear sus preocupaciones.

Apoyo a microemprendedores

Otra medida fue la apertura del marketplace de Sodimac a microemprendedores para entregar capacitación y soporte gratuito a quienes se sumaron como nuevos proveedores, sin cobrar comisión por sus ventas durante tres meses. Esta iniciativa fue apoyada por la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech) y Sistema B Chile, y se enmarca en el respaldo a la iniciativa aPÓYaMe que lidera el Ministerio de Economía y la Cámara de Comercio de Santiago para facilitar el acceso de pequeñas y medianas empresas al comercio online. La compañía ofrece en su sitio web aproximadamente 1.800 productos de minipymes y en 2020 se vendieron más de 30 mil unidades de artículos de microemprendedores.



Transparencia Comercial Sodimac

(102-17)

Mantener relaciones sanas, constructivas y abiertas con los proveedores ha permitido a Sodimac alcanzar un alto nivel de satisfacción frente a las exigencias de sus clientes.

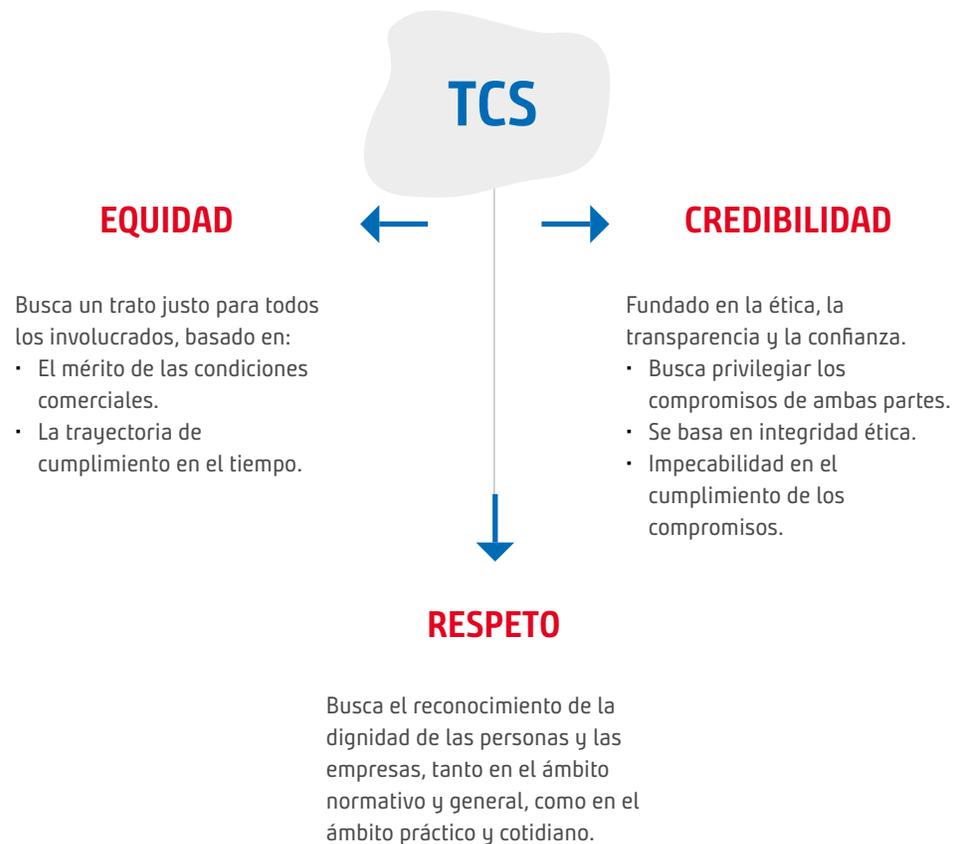
En los últimos años esta política ha debido adaptarse a los cambios económicos, culturales, sociales y demográficos que han significado el surgimiento de un consumidor más informado y exigente, dotado de herramientas legales que protegen sus derechos. Frente a ello la compañía busca de sus proveedores:

- Disponibilidad de productos
- Calidad y servicio
- Rentabilidad

- Diferenciación
- Confianza

Tan relevante como lo anterior es el marco normativo formal de autorregulación denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS), a través del cual la empresa entrega orientaciones precisas a su cadena de abastecimiento respecto a los siguientes aspectos:

- Principios y ética comercial.
- Ámbito de aplicación.
- Aprovisionamiento de los productos y servicios.
- Cobros y descuentos a proveedores.
- Soportes para aumentar y garantizar la venta.
- Control de calidad de productos y servicios.
- Uso de marcas, patentes y similares.
- Conductas y normas de sostenibilidad.
- Rol de la contraloría TCS.



Bajo estos protocolos y conforme al compromiso de la organización con los derechos humanos, Sodimac rechaza el trabajo infantil y no opera con empresas que empleen niños. En 2020 no hubo denuncias o prácticas de esta naturaleza en la cadena de valor. Además, para contribuir al desarrollo comercial, estabilidad y confianza de los proveedores, la política de pago contempla un plazo no mayor a 30 días, especialmente con las compañías de tamaño mediano y pequeño.

La responsabilidad de velar por el cumplimiento de estos protocolos recae en la Gerencia de Contraloría de Sodimac.

A través de los canales de atención y reclamos establecidos por la compañía, en 2020 se recibió una denuncia de un proveedor por eventuales incumplimientos a las normas de TCS, la que fue investigada y como resultado no fue acreditada la situación denunciada.

Evaluando a nuestros proveedores

(308-2; 414-1; 414-2)

Sodimac gestiona un programa de abastecimiento responsable diseñado de acuerdo con las pautas sugeridas por Supplier Ethical Data Exchange (Sedex). Esta herramienta permite a los proveedores autoevaluarse en materias laborales, éticas, medioambientales, y de salud y seguridad; aplicar mejores prácticas en sus procesos, y administrar información relevante (certificaciones y/o auditorías) para compartirla con sus clientes que también sean usuarios de esta plataforma.

Cada año la empresa evalúa a sus proveedores nacionales e internacionales a partir de los parámetros establecidos por el Sedex para temas de salud y seguridad de los trabajadores, normas laborales, respeto de los derechos humanos y el medioambiente. Sin embargo, el contexto de pandemia global obligó a suspender la evaluación desde marzo de 2020, sólo se realizaron 12 evaluaciones a proveedores en China.



Súmate y cuidemos la casa de todos.

Generar un ECO positivo en nuestra casa,

A raíz de la emergencia sanitaria, tampoco se llevaron a cabo las auditorías iniciales y procesos de seguimiento que se realizan anualmente.

Total de Proveedores Evaluados SEDEX

Origen	2018	2019	2020 *
Nacional	47	122	-
Importado	42	73	12
Total	89	195	12

* Suspensión de la evaluación en 2020.

Fuente: Sodimac.

Cuestionario de Sostenibilidad para proveedores

(407-1)

Adicionalmente, Sodimac solicita a sus proveedores la firma de una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre aspectos como ética empresarial, derechos humanos, salud y seguridad laboral, selección de sus propios proveedores, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. En 2020, 144 proveedores extranjeros suscribieron este compromiso.

En el período en Chile no se realizaron auditorías a proveedores Nacionales, dadas las condiciones y restricciones de la pandemia. Durante el 2020 se crearon 636 proveedores, de los cuales, 46 corresponden a proveedores que entregan productos marcas exclusivas.

Además, se evaluaron fábricas de proveedores de Asia respecto a temas de calidad.

Cuestionario para Proveedores (*)

	2018	2019	2020 *
Total de proveedores extranjeros	805	518	562
Proveedores que firmaron cuestionarios de Sodimac	544	346	144

Nota*: Se consideran proveedores activos a lo largo de varios años.

Fuente: Sodimac.

Suspensión de Encuesta SSIndex

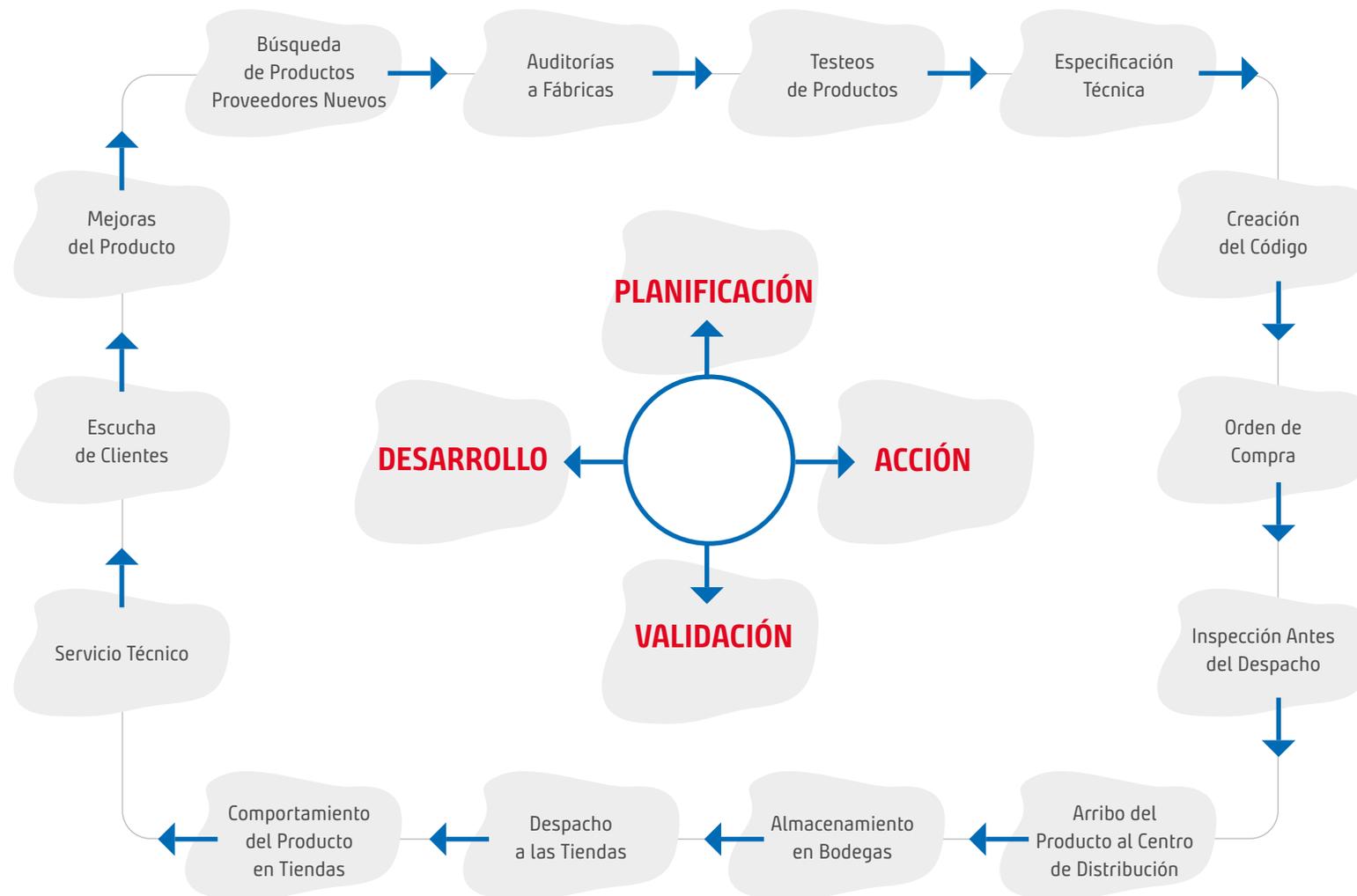
Otra de las iniciativas habituales que debieron ser suspendidas a raíz de la crisis desatada por el coronavirus Covid-19, fue la herramienta de gestión SSIndex (Stakeholders Sustainable Index, o Índice Sostenible de los Grupos de Interés) de ESG Compass, una encuesta empleada para complementar los esfuerzos de la empresa en gestión de riesgos y monitoreo sostenible en su relacionamiento con firmas proveedoras.

Calidad y seguridad de los productos

(416-1)

Sodimac lleva a cabo una gestión de control de calidad de su oferta desde su incorporación hasta la post venta, buscando cumplir con altos estándares nacionales e internacionales. Para ello trabaja con empresas de servicios y entidades especialistas en evaluación, certificación y regulación, que permiten velar por la seguridad y confianza de los clientes, y un adecuado inventario en bodegas y tiendas.

Calidad y Seguridad de los Productos



Inspecciones nacionales e internacionales

(417-1)

La selección de productos y el contacto con potenciales proveedores extranjeros implica visitar sus instalaciones para constatar su capacidad y solvencia. Luego, Sodimac somete la mercadería contratada a estrictos controles de calidad a través de firmas internacionales especializadas, las cuales examinan que la fabricación del producto en su totalidad se ciña fielmente a las especificaciones solicitadas y cumpla con las exigencias en cuanto a materiales, manuales, etiquetado, código de barras, empaque y paletizado, así como sus especificaciones técnicas, componentes y características funcionales, analizando cada punto requerido por Control de Calidad. En 2020 este procedimiento involucró 4.422 inspecciones internacionales.

Este control también se aplica a los productos adquiridos a proveedores locales. En ambos casos, cuando en la mercadería se detectan problemas se aplican inspecciones correctivas que los fabricantes deben solucionar. Finalmente, toda inspección tiene un resultado que libera o no el despacho del producto (es decir, aprobado o rechazado).

Inspecciones internacionales	2018	2019	2020
Asia	5.092	2.929	4.289
Europa	36	-	-
América	223	111	133

Fuente: Sodimac.

Proveedores inspeccionados	2018	2019	2020
Asia	527	346	139

Fuente: Sodimac.

Inspecciones Nacionales

Estado de la inspección	2018	2019	2020
Aprobado	357	251	202
Rechazado	28	23	10
Total	385	274	212

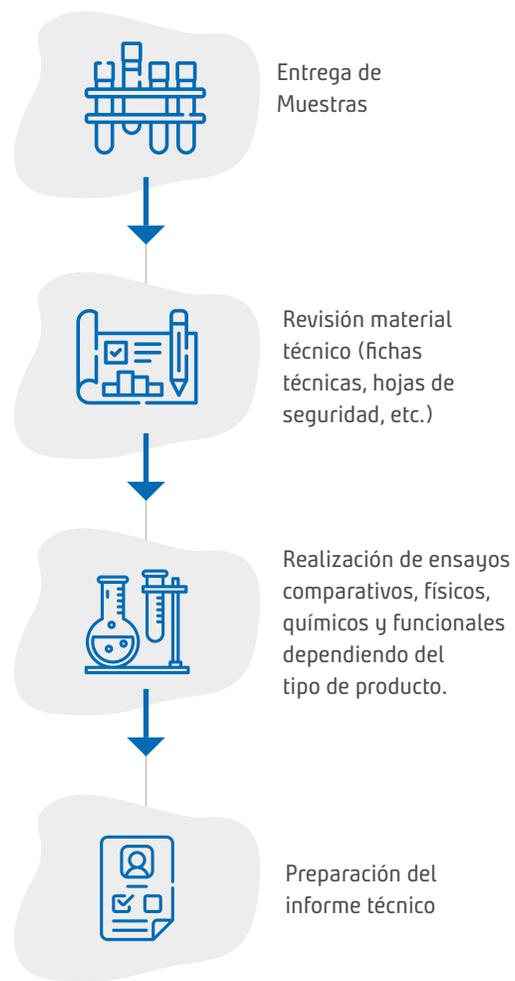
Fuente: Sodimac.

Testeo de productos

(416-1)

La seguridad y usabilidad de los productos, en especial los eléctricos y de mobiliario, se verifica a través de laboratorios nacionales y extranjeros contratados por el área de Control de Calidad. La empresa incentiva a que los propios proveedores realicen testeos en laboratorios externos, para tener dicho respaldo al sumar un producto a su catálogo.

Ciclo Testeo Interno



Testeos de Productos	2018	2019	2020
Testeos de productos en Chile	2.911 unidades	909 unidades	960 unidades

Fuente: Sodimac.

Marcas exclusivas y soporte técnico

(416-1)

Sodimac manda fabricar y etiqueta productos para sus marcas propias, asumiendo con ellos una responsabilidad mayor en cuanto a exigencias de calidad, funcionamiento y postventa. Gran parte de la labor de la Gerencia de Calidad se focaliza en chequear esta mercadería durante las diferentes etapas de su ciclo de vida. Actualmente existen 1.206 productos de marcas exclusivas con asistencia de técnica, los cuales son atendidos en la red de servicio técnico autorizado por Sodimac, TejoCenter, el cual cuenta con 9 sucursales a nivel nacional.

En postventa, la compañía ofrece un servicio técnico exclusivo para la reparación, administración de repuestos y atención de requerimientos referidos a todos los productos de marca propia que funcionan con energía eléctrica o algún tipo de combustible, y los de grifería. En 2020 se revisaron 12.914 productos de diversas categorías en el servicio técnico controlado por la empresa.

También se ofrece una red de módulos de soporte técnico ubicados en 64 tiendas de todo Chile, a cargo de especialistas que orientan a los clientes en la puesta en marcha y el mejor uso del producto adquirido, y los derivan al área de servicio técnico de ser necesario.

Recalls

Respondiendo al compromiso con los clientes, Sodimac tiene estrictos protocolos para realizar revisiones preventivas o recalls de productos que impliquen un riesgo para su seguridad. En 2020, no hubo necesidad de realizar recalls de productos de marca propia.

Atenciones de Soporte Técnico

2018	352.812
2019	640.419
2020	438.493

Fuente: Sodimac.

Laboratorio de experiencia de uso

El área de Control de Calidad Corporativo también se preocupa de asegurar a los clientes una buena experiencia de uso. Para ello la empresa cuenta con un laboratorio -certificado bajo la filosofía LEAN- que posee áreas de ensayos mecánicos, eléctricos, químicos y materiales, y zonas de instalación, armado y aplicación de productos. En dichas instalaciones laboratoristas especializados realizan evaluaciones de productos para los distintos mercados de Sudamérica. Adicionalmente, junto a ingenieros de desarrollo de productos se evalúa mercadería que ya esté en el mercado, definiendo posibles avances en su diseño.

En 2020 el laboratorio evaluó 615 productos, considerando ensayos previos a su incorporación al surtido de Sodimac y testeos de control de productos ya disponibles.



Innovación y Desarrollo de proveedores

La estrategia de Sodimac incluye la aplicación de políticas traducidas en acciones que promueven el desarrollo de su cadena de valor a través de procesos de co-creación de productos y servicios. En 2020 este procedimiento se gestionó básicamente a través del programa de innovación abierta impulsado por la compañía desde el año anterior, trabajado en alianza con las aceleradoras de innovación corporativa Innspiral y de negocios Imagine Lab.

Apoyando el ecosistema emprendedor

Sodimac busca atraer capacidades externas que ayuden al desarrollo e implementación de soluciones que puedan ser integrados a la oferta de la empresa.

Este es un concepto que se potenció desde 2019, cuando se efectuó una convocatoria que fue respondida por más de 200 startups, cifra que, tras diversas instancias de postulación, preselección y evaluación, derivó en seleccionar las tres propuestas que más acertadamente respondían al foco de mejorar la experiencia de los clientes en tienda: las de Austral 3D, Espacios Digitales y SumatoID.

A partir de enero de 2020 las mencionadas firmas comenzaron el avance de proyectos piloto formales en Sodimac. Sin embargo, el avance de la pandemia obligó a cambiar las prioridades de la compañía y a enfocarse solo en uno de estos diseños, el cual, sobre la base de IA (Inteligencia Artificial) con procesamiento de imágenes, busca aprovechar la infraestructura de cámaras de vigilancia para generar nueva información e inteligencia en las tiendas.

Se espera de esta forma implementar nuevos casos de uso tanto desde la mirada de prevención, operaciones y comercial, abarcando también soluciones de aforo en línea, optimización de presencia en góndola y un mejor entendimiento general de los clientes que asisten a las tiendas y sus necesidades.

Por efecto de la emergencia sanitaria la compañía además debió reemplazar una nueva convocatoria abierta entre el ecosistema emprendedor aplicando el método de los contactos individuales, logrando conectar con las startups Lazarillo, Videsk y MotionDisplays.



Inédita solución de comercio inclusivo

Sodimac y la startup Lazarillo desarrollaron en 2020 una nueva funcionalidad que ayudará en el proceso de compras por Internet a más de 800 mil chilenos que tienen algún tipo de discapacidad visual total o parcial.

La iniciativa -la primera de sus características en el retail chileno- permite a estas personas acceder sin agenda previa con un click a una aplicación e interactuar

por videollamada con un vendedor especialista de Sodimac capacitado especialmente para brindar orientación sobre productos y servicios, armar carros de compra y completar todos los pasos hasta realizar una transacción segura.

La solución constituye un gran paso para los esfuerzos de Sodimac por eliminar barreras que dificultan la experiencia de clientes que tienen discapacidad visual, particularmente en lo que concierne a compras por internet, marcando un

precedente en Chile en materia de inclusión. De hecho, desde su puesta en marcha a fines de 2020, la aplicación arrojó una positiva retroalimentación por parte de los usuarios.

Cabe destacar que el Massachusetts Institute of Technology (MIT) eligió a Lazarillo como uno de los 35 emprendimientos más importantes de Latinoamérica creados por menores de 35 años.



Venta online asistida

En 2020 Sodimac amplió su oferta de asesorías digitales en su tienda online aunando capacidades con la startup chilena Videsk, emprendimiento que desarrolló una tecnología que permite a cualquier cliente de la compañía recibir la asesoría de un vendedor mediante una videollamada que se despliega a través del chatbot Pedro en el portal Sodimac.cl. Adicionalmente, este servicio de venta online asistida (VOA) permitió incorporar a la fuerza de venta con la modalidad de teletrabajo, logrando así mantenerlos activos y seguros en sus hogares.

Decoración y diseño a distancia

Gracias al diseño mancomunado de Sodimac y la startup MotionDisplays, la empresa lanzó un servicio de asesoría de decoración online (ADO), y también de diseño de baños y cocinas, que ayuda a democratizar el diseño en el hogar y adaptar las viviendas a la nueva realidad de vida y trabajo. A través de esta solución, los clientes interesados en reconfigurar espacios

dentro de sus hogares pueden agendar una videollamada con un decorador o diseñador experto y, sin salir de casa, utilizar un dispositivo móvil para mostrar las áreas que desean rediseñar. Con las imágenes captadas en estas reuniones remotas, los especialistas envían luego una propuesta digital mostrando cómo quedarían esos espacios una vez renovados.



Nuestros clientes



Nuestros clientes

Sodimac emplea herramientas de escucha en todas sus plataformas de atención que permiten obtener retroalimentación para conocer de primera fuente las necesidades de los clientes. De esta forma logra estructurar una oferta de productos y servicios diferenciadora, e implementar una mejor experiencia de compra y crecientes niveles de satisfacción. En la emergencia sanitaria se aplicaron estrictos protocolos en tiendas y despachos a domicilio, contribuyendo a resguardar la salud de los clientes.

Temas estratégicos

- Experiencia de compra
- Salud y seguridad de productos
- Economía circular y consumo responsable
- Ética publicitaria



Hitos 2020

- 1er lugar mejoramiento del hogar Ranking de Experiencia de Clientes (Praxis Xperience Index, PXI).
- 11º lugar (1º retail, Grupo Oro) ranking Reputación Corporativa: elaborado por INC Inteligencia Reputacional e Ipsos.
- 1º lugar mejoramiento del hogar estudio Chile 3D, marcas y estilo de vida (GfK).
- 12º lugar (1º mejoramiento del hogar) ranking reputación Merco Empresas.
- 15º lugar (1º mejoramiento del hogar) Marcas Ciudadanas 2020 (Cadem).
- En versión online, se llevó a cabo la octava versión de la Gran Feria de Capacitación para Maestros Especialistas de Sodimac Constructor, el mayor evento de su tipo en Chile.

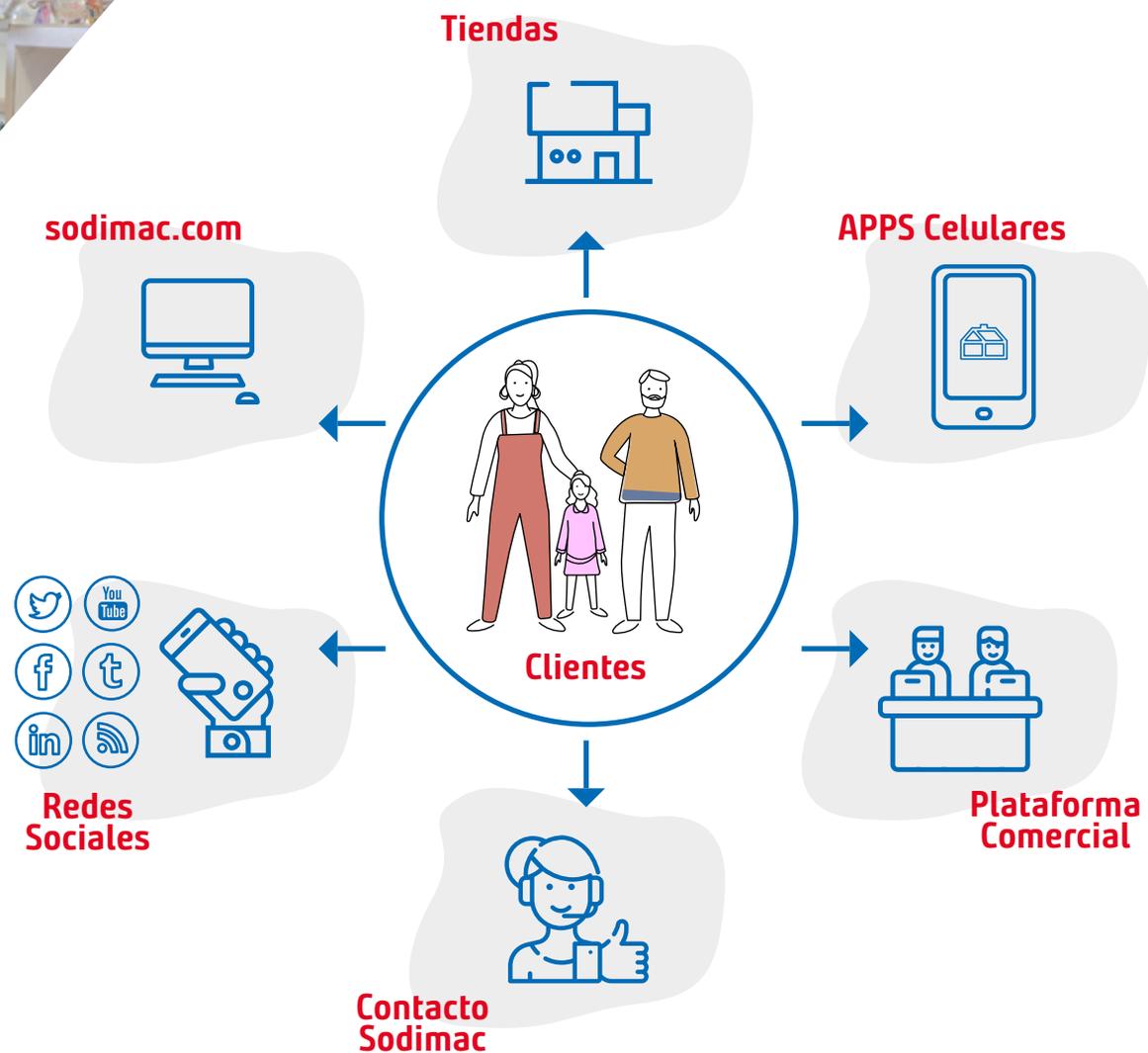
Objetivos de Desarrollo Sostenible:





Experiencia de Compra

Sodimac busca generar valor a los clientes a través cualquier plataforma. Mediante esta estrategia de omnicanalidad la empresa logra estar alineada con los cambios provocados en los hábitos de consumo por el proceso de transformación digital y la masificación del comercio electrónico.



E-commerce y estrategia de omnicanalidad en pandemia

El escenario marcado por la pandemia y las restricciones de movimiento impuestas por las autoridades sanitarias plantearon la necesidad de fortalecer los procesos de e-commerce y, por ende, profundizar la estrategia de omnicanalidad de la empresa. Esto, significó un avance sin precedentes de las ventas a través de plataformas digitales y de su participación respecto al negocio tradicional.

Lo anterior obligó a acelerar la agenda de cambios en la distribución logística-comercial e implicó también acelerar todos los desarrollos del sitio web, incorporar nueva tecnología y llevar a cabo un continuo reentrenamiento de los equipos para profundizar la escucha activa a los clientes, con miras a mejorar la experiencia de compra online.

La introducción de nuevos servicios en la aplicación Sodimac, por ejemplo, llevaron a que las transacciones a través de esta plataforma pasaran a representar un porcentaje importante de las compras online, superando los 2,5 millones de visitas y las 600 mil descargas. Además, se convirtió en la app gratuita más descargada y valorada en el país durante el Cyber Monday 2020.

Sodimac.com, en tanto, registró un crecimiento anual superior a 140%, con más de 235 millones de visitas totales y sobre 3,3 millones de transacciones. Además, la empresa fue pionera en habilitar la garantía de precios en su canal web, y que cualquier cliente (mediante un

formulario simple) pueda exigir la garantía y un descuento del 10% ante un producto idéntico que la competencia ofrezca a menor precio.

Dentro de los principales avances tecnológicos destaca la implementación de Catalyst como nueva plataforma de e-commerce, mejorando la navegación por cobertura, la introducción de un nuevo buscador, rediseño del carro de compras e incorporación de nuevos medios de pago, entre otros avances. Asimismo, se implementó el Cyber Source, una herramienta de clase mundial para evitar fraudes y mejorar los procesos de pago y validación. Por otro lado, se implementó el sistema FPAY como pasarela de pago y como billetera del grupo Falabella en el check out del sitio.



En términos generales, el ecosistema digital NSR (Non Store Retail), compuesto por las ventas de e-commerce y venta digital en tiendas a través de los kioscos, representó una participación del 13,7% con respecto al total compañía y un 16% sobre las ventas retail, que representa del orden de 4 a 5 puntos más, para cada caso, respecto a 2019.

Escuchando a los clientes

Los requerimientos de los clientes son atendidos a través de una serie de plataformas disponibles en las diferentes áreas del negocio:

- Call center atención a clientes.
- Buzones en tiendas.
- Correos electrónicos enviados al personal de Sodimac.
- Página web y redes sociales de la empresa.
- Línea directa, cartas de Sernac y medios de prensa.
- Mediciones de atención Cliente Incógnito.
- Canal de consultas y denuncias abierto a todas las partes interesadas, incluyendo clientes.

Sodimac además ha ido construyendo una comunidad digital que se nutre con los contenidos generados por la empresa a través de Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Instagram y Youtube, brindando la oportunidad de entregar feedback, responder consultas, hacer comentarios, y enviar felicitaciones y recomendaciones, entre otras acciones.

En 2020 Sodimac aumentó sus seguidores en las diferentes redes sociales en un 20%, alcanzando un total de 4.987.779 millones, con 22.764 apariciones positivas.



Satisfacción de los clientes

(102-43)

Con el sistema de gestión Net Promoter Score (NPS) la empresa mide el nivel de satisfacción y calidad de la experiencia que perciben los clientes en todas sus tiendas, canales de comercio electrónico y en el área de Venta Empresas. Esta retroalimentación se analiza a diario y permite introducir mejoras en procesos, en la propuesta de valor y en el estándar de servicio, y realizar cambios en la infraestructura física y tecnológica, entre otros elementos.

Desde 2019 también se monitorea específicamente el NPS del colaborador, entendiendo que una buena experiencia cliente parte por una buena experiencia del cliente interno, cuyo feedback ayuda a diseñar mejores planes de acción hacia los consumidores.

El crecimiento explosivo en ventas online y las restricciones impuestas en la pandemia, impactaron en la calidad del servicio percibido por los clientes con una baja en los niveles de NPS, fundamentalmente del ámbito comercio electrónico.

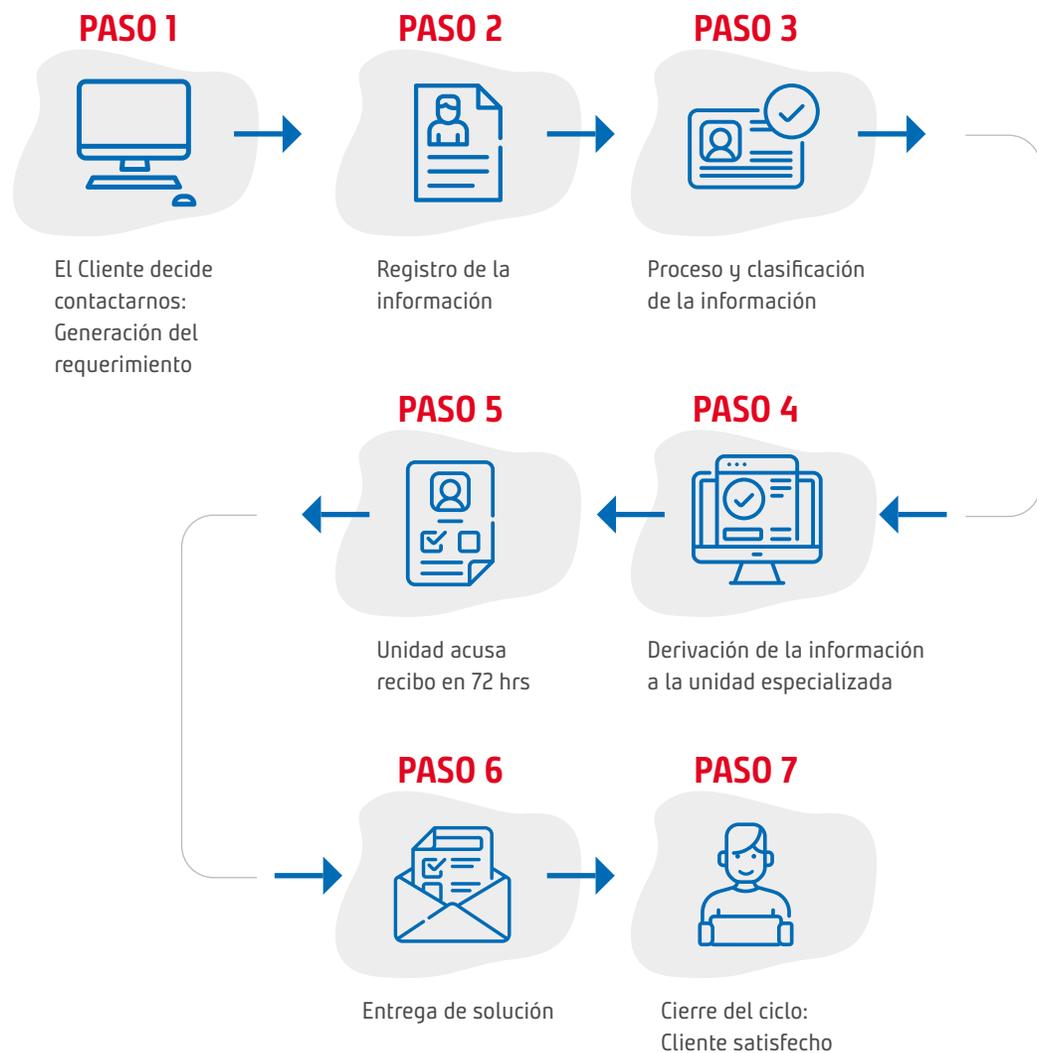
A lo largo de 2020 se recibieron 295.058 encuestas NPS vía online. El 60% de los clientes respondieron con nota 9 y 10 (dentro de una escala de 0 a 10) a la pregunta de si recomendarían a un familiar o amigo comprar en Sodimac, siendo dichos clientes promotores de la marca. Pese a la disminución de NPS, Sodimac se mantuvo en el cuartil superior de la industria de retail en este indicador.

Encuesta de Satisfacción	2018	2019	2020
Clientes encuestados	270.728	215.634	295.216
Nota 9 y 10	68%	67%	60%
Nota 7 y 8	19%	19%	17%
Nota 0-6	13%	14%	23%

Fuente: Sodimac.

Gestión de requerimientos y reclamos

Sodimac cuenta con un mecanismo de gestión a cargo de la Gerencia de Atención a Clientes, destinado a procesar y responder cualquier solicitud, consulta, felicitación, sugerencia y reclamo presentado por los clientes. Dadas las condiciones durante la situación de pandemia, durante 2020 hubo un aumento de 181% en los requerimientos, que alcanzaron 642.638, el 90% de los cuales (588.185) ingresaron vía internet, call center o por escrito a través de buzones, entre otras plataformas. Para dar respuesta a este aumento, se reforzó el equipo de atención de clientes y las capacidades de call center, el que debió trabajar desde sus hogares, sumándose a este grupo algunos empleados que no podían laborar en tiendas de manera presencial por pertenecer a los grupos de mayor riesgo de salud.



Año	Requerimientos de clientes (*)
2018	202.951
2019	228.580
2020	642.638

Fuente: Sodimac.

* Se excluyen solicitudes resueltas al primer contacto telefónico con los clientes vía call center.

Ámbitos de requerimientos	2018	2019	2020
Reclamo	62%	62%	69%
Solicitud	23%	25%	27%
Consulta	7%	8%	3%
Felicitaciones	8%	6%	1%
Sugerencia	0,3%	0,2%	0,1%

Fuente: Sodimac.



Convenio Sodimac-Sernac

La empresa tiene un convenio de interoperabilidad con el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) que facilita la gestión de reclamos de clientes. El sistema opera a través de una plataforma que permite recibir una notificación inmediata cuando llegan requerimientos a la repartición y Sodimac se compromete a dar una respuesta en un plazo máximo de siete días hábiles. En 2020 hubo un aumento en los reclamos a Sernac, que alcanzaron 33.895. De estos, 27.590 se relacionaron con comercio electrónico y demoras en despachos en el periodo de pandemia.

Áreas de Reclamos	2018		2019		2020	
	N°	%	N°	%	N°	%
Servicio de despacho	55.109	44%	62.808	45%	268.016	60%
Internet	23.273	18%	31.047	22%	129.311	29%
Productos	18.183	14%	16.726	12%	12.627	3%
Servicio instalaciones y arriendo herramientas	11.722	9%	13.611	10%	9.812	2%
Área ventas	7.169	6%	6.265	4%	8.312	2%
Otros	3.973	3%	3.898	3%	8.334	2%
Otros servicios de tienda	3.760	3%	3.659	3%	6.705	2%
Área cajas	2.666	2%	2.956	2%	1.707	0%
Total	125.855	100%	140.970	100%	444.824	100%

Comercio y marketing responsable

Los protocolos de Sodimac se enfocan en respetar los derechos del consumidor y aplicar políticas comerciales justas y transparentes, asegurando que sus clientes siempre cuenten con una adecuada oferta en cuanto a disponibilidad, calidad y seguridad de bienes y servicios. La comunicación de marketing de Sodimac, en consecuencia, se fundamenta en la buena fe, la competencia leal y en cumplir sus promesas conforme a prácticas de promoción diseñadas con un criterio sostenible y ajustado a la ética publicitaria.

En 2020 la empresa se concentró en resguardar a trabajadores, clientes y proveedores. Apenas comenzó la crisis de salud, se redujeron los horarios de las tiendas para adecuar los turnos y mantener al personal perteneciente a los grupos de riesgo en sus hogares.

Bajo el concepto “Tienda Sana”, se realizó una adaptación de las tiendas físicas para recibir a los clientes con todos los protocolos necesarios para evitar contagios de Covid-19, estableciendo una serie de medidas y protocolos para cumplir tanto los requerimientos de la autoridad como implementar acciones de resguardo adicionales, priorizando el comercio electrónico con un protocolo de entrega sin contacto para los pedidos.

Por otro lado, al inicio de la pandemia se congelaron los precios de productos de higiene y aseo para evitar alzas especulativas y se limitaron las unidades por cliente, mientras que en materia de derechos del consumidor se eliminaron los plazos para hacer reclamos y exigir garantías, compensando además a los clientes cuando no se pudo cumplir con la promesa de la compañía.

Construcción de marca

Sodimac ha aumentado significativamente el uso de las plataformas digitales como canales de comunicación, práctica que permite establecer y estrechar contactos con distintas audiencias, brindando la oportunidad de crear comunidades que ayudan a generar conexiones más profundas y vinculantes con la marca. Ejemplo de ello son iniciativas como “Fanáticos de la casa”, “La Pasión por el fútbol” y “Fanáticos de las mascotas”.

Este esfuerzo de posicionamiento de marca recibe un constante feedback a través de distintas mediciones. En 2020 destacan, en este sentido, el primer lugar alcanzado en la categoría Retail

Hogar a nivel latinoamericano en la medición de las “50 Empresas Más Valiosas de Latinoamérica” de BrandZ/Millward Brown (y 12º en la medición total); la 2º posición (1º en categoría retail) en el ranking ICREO 2020; el 1er puesto en Mejoramiento del Hogar de la medición “Chile 3D, marcas y estilo de vida”, de La Tercera y GFK; el 11º lugar (primero en retail) en el “Ranking Reputación Corporativa” de INC Inteligencia Reputacional e Ipsos; el 12º lugar (1º en retail - mejoramiento del hogar) en el Ranking Merco Empresas–El Mercurio; el puesto 15º (1º en retail - mejoramiento del hogar) en la medición “Marcas Ciudadanas 2020” de Cadem, y el reconocimiento como “Gran Marca Chilena por su Relevancia en el Extranjero 2020” del Marketing Hall Of Fame.

Ética publicitaria

Sodimac integra la Asociación Nacional de Avisadores (ANDA) y adhiere voluntariamente a las normas del Código de Ética Publicitaria y los principios del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar). También suscribe el Código de Autorregulación de la Asociación de Marketing Directo de Chile (AMD) sobre materias generales de responsabilidad y ética en actividades asociadas al marketing directo, contando con la certificación del código de autorregulación AMD.

Datos personales y seguridad de la información

(418-1)

La empresa mantiene absoluta reserva de todos los datos personales de sus clientes y prohíbe la entrega de esta información a terceros, apegándose estrictamente a la normativa existente al respecto, aplicando rigurosos protocolos internos y sistemas de seguridad.

En 2020 no hubo reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

Procesos de retiro de productos (recalls)

(416-1; 416-2)

La responsabilidad de la empresa hacia sus clientes implica el inmediato cese de la venta y el retiro preventivo del mercado de cualquier producto que pueda significar un riesgo para ellos. Esta política incluye la coordinación con los proveedores para que adopten las medidas correctivas que correspondan, según la normativa vigente. Con la mercadería comercializada bajo marca propia se pone un especial énfasis en este tipo de procedimientos. En 2020 no hubo casos que requirieran aplicar estos protocolos.

Más información en capítulo Proveedores de este Reporte.

Normativa legal y causas judiciales

(417-2; 417-3; 419-1)

Sodimac realiza capacitaciones en sus diferentes áreas con el fin de fortalecer la comprensión del programa de cumplimiento corporativo y de la normativa vigente entre su personal.

A lo largo del año la empresa recibió 49 causas relacionadas con la Ley del Consumidor, lo que representa una disminución respecto a las 78 causas de 2019, y en total se cerraron 92 juicios notificados en 2020 y años anteriores.

Causas Judiciales – demandas	2018			2019			2020		
	Concepto	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia	Causas	Juicios Cerrados	Monto Sentencia	Causas	Juicios Cerrados
Incumplimiento de Entrega	13	13	\$ 5.739.742	23	13	\$ 3.303.615	19	9	\$ 2.041.780
Otros	17	16	\$ 5.322.659	18	10	\$ 43.944.342	15	19	\$ 100.000
Salud y seguridad	19	21	\$ 84.776.877	25	27	\$ 44.750.493	6	38	\$ 20.257.730
Publicidad y marketing	1	1	\$ 196.980	-	-	-	6	5	\$ 350.206
Producto, Información y etiquetado	20	16	\$ 8.732.549	12	19	\$ 4.429.600	3	21	\$ 1.130.644
Total general	70	67	\$ 104.768.807	78	69	\$ 96.428.050	49	92	\$ 23.880.360

Nota: Los montos se refieren al valor pagado al final del juicio.

Fuente: Sodimac.

POTENCIA TUS CONOCIMIENTOS CON LAS MEJORES MARCAS PARA OBTENER MÁS Y MEJORES PROYECTOS.

Educación y consumo responsable

(413-1)

El compromiso de Sodimac con un desarrollo sostenible contempla una estrategia de economía circular que considera los ámbitos de diseño, empaque, reciclaje y reutilización de productos.

La empresa ofrece a los clientes más de 4.300 productos con atributos ambientales y sociales, varios de ellos con más de un 50% de contenido reciclado, biodegradables y reutilizables o rearmados. Destacan en este sentido las líneas de artículos de aseo, y los productos de organización y menaje elaborados con residuos plásticos recibidos en los puntos limpios Sodimac, como fruto de una alianza suscrita con TriCiclos y Comberplast. El surtido también abarca mercadería que permite un consumo comprobadamente eficiente de energía o agua, y/o libres de VOC (partículas químicas dañinas para la salud).

La compañía adicionalmente da espacio al comercio inclusivo y ha participado en diferentes campañas que buscan generar conciencia y aportar a la protección del medioambiente y la lucha contra el cambio climático; entre ellas "La Hora del Planeta", "Salva La Tierra", "Cambia el Clima", "Desafío Tierra", "Pacto por los Plásticos" y "6D" para la reforestación del Cerro Renca.

Más información en capítulo Medioambiente de este Reporte.

Círculo de Especialistas Sodimac

El Círculo de Especialistas Sodimac de Sodimac Constructor (CES) es uno de los programas emblema de la empresa en el plano de los negocios inclusivos. Con más de 253 mil socios vigentes de Arica a Punta Arenas, permite a la compañía relacionarse con un creciente grupo de clientes habituales que incluye a maestros especialistas y contratistas, brindando herramientas que les ayudan a mejorar su trabajo y gestión del negocio mediante capacitaciones y perfeccionamiento.

En 2020 el programa fue renovado incorporando tres nuevos niveles: black, oro y plata, cada uno de los cuales premia a los socios otorgando beneficios exclusivos en función de la profundidad de su vínculo con la empresa. Adicionalmente se incluyó en el programa a CMR Puntos,

entregando el beneficio adicional de acumular puntos con todo medio de pago, pasando a llamarse así "Círculo de Especialistas+CMR Puntos". Durante el año también se hicieron mejoras a la bolsa de trabajo "Maestros Especialistas", con un nuevo protocolo de inscripción online para seleccionar los mejores especialistas que puedan brindar servicios a los clientes, quienes además deben suscribir un Manual de Buenas Prácticas.

Adicionalmente, se otorgaron 6.723 becas para maestros y se realizaron 9 cursos online y 6 cursos semi presenciales con INACAP. Esta cifra es 270% mayor a 2019. En el año se reformularon e incorporaron nuevos cursos en temáticas como metalcom, pinturas e instalación de corrientes débiles, entre otras (*más información sobre CES en www.circulodeespecialistas.cl*).



ALTIARIA



INSTALACIÓN DE MEZCLADORA DE COCINA Y DUCHA TELÉFONO

Dictado por VATNSA



CONSTRUCCIÓN EN SECO

Dictado por BAUKER



Actividades del CES	2018	2019	2020
N° de socios	402.123	388.000	253.897
N° de socios certificados SEC	60	60	suspendido*
N° de capacitados	497	495	16.134
N° de becados	2.650	2.773	6.723***

* En 2020 no se pudieron entregar, ya que requiere una prueba presencial que no fue posible realizar.

** Las capacitaciones en tiendas fueron reemplazadas por capacitaciones vía Zoom, lo que permitió un incremento en el número de cupos de cada curso, logrando un aumento importante en los capacitados.

*** Se realizaron 9 cursos online, en los que participaron 6.643 socios y 6 cursos semi presenciales con INACAP, donde participaron 80 socios.

Adelantándose a las nuevas exigencias que contemplará la Ley de Protección de Datos, la empresa debió reinscribir a los socios CES incorporando la firma de un opt-in o consentimiento informado para participar en el programa. Este proceso de reinscripción ha significado una reducción en el número de inscritos, logrando inscribir a 253 mil socios en sólo seis meses, tarea que antes tomó años. El renovado CES+CMR Puntos espera seguir creciendo y acompañando a las y los maestros especialistas de Chile, entregando nuevos conocimientos y beneficios.

Gran Feria de Capacitación para Maestros Especialistas

La pandemia no impidió realizar una nueva versión de la Gran Feria de Capacitación de Sodimac, un evento que se organiza todos los años para capacitar a maestros de la construcción y que en 2020 se realizó en formato 100% digital a lo largo de tres días.

Este hito convocó a más de 200 mil visitantes del mundo de la construcción, el 12% de los cuales fueron especialistas mujeres, quienes tuvieron la oportunidad de asistir durante las diferentes jornadas a más de 100 cursos online a cargo de empresas proveedoras y recibir sobre 305 mil capacitaciones sobre temas tributarios, de emprendimiento y cursos Sence, entre otros.

Adicionalmente, los maestros pudieron interactuar con cerca de 50 stands interactivos de proveedores accediendo a las últimas novedades en tópicos de construcción, y se creó un espacio llamado Red de Apoyo para que los participantes pudieran generar redes ampliar sus posibilidades de trabajo.

En 2020, también se realizaron 40 eventos en formato Lives para entregar capacitación técnica, algunos de los cuales tuvieron convocatorias superiores a los 4 mil espectadores, aparte de ser reproducidos más de 2 millones de veces.

Hágalo Usted Mismo

Hágalo Usted Mismo (HUM) es una iniciativa de Sodimac que aborda distintas necesidades de los hogares mediante tutoriales que entregan conocimientos y técnicas para fabricar, reparar y mantener las viviendas, entre otros temas. Los canales de difusión son cápsulas de videos en YouTube, talleres en tiendas y contenido especial distribuido por catálogos.

En medio de la pandemia Sodimac desarrolló contenidos

especialmente concebidos para entregar asesoría a las audiencias y clientes durante las etapas de confinamiento, con el fin de que pudiesen aprovechar dichos períodos realizando actividades de mejoramiento en sus hogares y enseñando técnicas para reducir el consumo de servicios básicos, y en el caso de los especialistas, mantener la continuidad de su trabajo.

Más información en www.hagaloustedmismo.cl

En 2020 el canal de YouTube de HUM estrenó 98 videos que tuvieron más de 90 millones de visualizaciones totales, y sumó 430.000 nuevos suscriptores que permitieron superar los 1,9 millones de seguidores en total.



La pandemia obligó a suspender los talleres para niños Manitos a la Obra, que se realizaban en las tiendas y lo mismo ocurrió en el caso de los talleres Hágalo Usted Mismo (HUM) en Comunidad, que se organizan en conjunto con la fundación Proyecto Propio para contribuir a mejorar la calidad de vida en los territorios. Sin embargo, los contenidos están disponibles para la comunidad en el canal de youtube y se espera retomar estos talleres cuando sea posible.



Compromiso con el
medioambiente



Compromiso con el medioambiente

Sodimac está comprometida en el combate contra el cambio climático y para ello mide y busca reducir y mitigar los impactos ambientales de su operación. También impulsa acciones para generar consciencia en toda su cadena de valor respecto al cuidado del planeta.

Temas estratégicos

- Cambio climático
- Ecoeficiencia operacional
- Protección a la Biodiversidad
- Residuos y circularidad
- Logística sostenible

¡Certificados por Giro Limpio!

Hoy un 50% de nuestra carga se moviliza en camiones de Giro Limpio, reduciendo nuestro impacto medioambiental:

 **Menos emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)**

 **Menos consumo energético**



Hitos 2020

- Comercio electrónico carbono neutral: se compensaron 151.670 viajes con despachos directos a domicilio, transportando 3.559.331 reservas, neutralizando un equivalente de 5.611 tCO₂e.
- Único retailer que obtuvo Sello de Excelencia de Huella Chile (Min. Medio Ambiente) por su gestión y mejora continua en la reducción de Gases de Efecto Invernadero (recibió además los sellos de Cuantificación y Reducción).
- Certificación Giro Limpio que otorga la Agencia de Sostenibilidad Energética, más del 50% de la carga se moviliza en camiones certificados. Este organismo también seleccionó a Sodimac para participar en su Aceleradora de Electromovilidad, iniciativa que busca avanzar en la incorporación de tecnologías y estrategias para un transporte eficiente y electrificado.

- Incorporación de ERNC: se instalaron paneles fotovoltaicos en 20 tiendas, sumando 48 de un total de 57 que se prevé tener al 2021, lo que significó inyectar cerca de 11,6 GWh, evitando la emisión 4.447 tCO₂e.
- Se modificó la materialidad de los embalajes de 5.082 productos diferentes, para que sean reciclables en Chile.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Combatiendo el cambio climático

(302-1; 302-4; 305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5; 305-6)

Sodimac desarrolla acciones para medir, reducir y mitigar sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) directas e indirectas, buscando mejorar su desempeño ambiental y reducir en un 30% su Huella de Carbono bajo control directo (Alcance 1 y Alcance 2) al 2021.

La empresa mide anualmente su Huella de Carbono desde 2010, empleando la metodología del Greenhouse Gas Protocol, con un proceso diseñado con apoyo de la empresa de ingeniería Projectae. Esta medición anual considera los siguientes factores:

- Emisiones directas por uso de combustibles fósiles y fuga de gases refrigerantes en fuentes controladas o propias.
- Emisiones indirectas por consumo eléctrico en las infraestructuras de la compañía (tiendas, oficinas y bodegas).
- Emisiones indirectas originadas por transporte de productos, traslados de los clientes a las tiendas, traslado de los trabajadores, manufactura de insumos operacionales de locales y oficinas corporativas, disposición de residuos y reciclaje, viajes de negocios, comercio electrónico y producción de combustibles.

Huella de Carbono

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero



100% 423 ktCO₂e



9 ktCO₂e

Combustibles y gases refrigerantes

Alcance 1

Fuente	% CO ₂ e
Diésel	4%
Gas natural	1%
GLP	81%
Gasolina	4%
Gases refrigerantes	10%

2%



13 ktCO₂e

Electricidad

Alcance 2

Origen	GWh	% CO ₂ e
Red eléctrica Promedio	35	100%
Red eléctrica 100% ERNC	68	0%
Generación solar propia	12	0%

3%



188 ktCO₂e

Transporte de productos

Alcance 3

Tipo	% CO ₂ e
Importaciones	39%
Transporte Controlado	24%
Transporte por terceros	37%

44%



184 ktCO₂e

Transporte de clientes

Alcance 3

Medio	M pkm	% CO ₂ e
Vehículo particular	782	94%
Transporte público	275	6%
Caminando/Bicicleta	15	0%

43%



28 ktCO₂e

Otros

Alcance 3

Fuente	% CO ₂ e
Transporte colaboradores	45%
Residuos y reciclaje	40%
Manufactura combustibles	4%
Viajes de negocios	1%
Insumos y servicios	3%
Comercio electrónico	7%

7%

Nota: Podrían aparecer diferencias en la suma de los porcentajes parciales debido a la presentación de valores sin sus decimales.
Emisiones de alcance 2 reportadas con el Método de Mercado.
Se recomienda revisar este diagrama en conjunto con el informe.

Fuente: projectae

En 2020 la medición arrojó los siguientes resultados:

- Emisiones de GEI por 423 mil toneladas de CO₂ equivalente (tCO₂e), lo que representó una reducción de 15% respecto al año anterior, principalmente debido a que la pandemia redujo las visitas presenciales de clientes a tiendas, el transporte de colaboradores, y las importaciones de carga.
- Las principales fuentes de emisiones fueron transporte y logística de productos (44%), transporte por visitas de clientes (43%) y el consumo eléctrico (3%).
- Del total de emisiones, Sodimac puede realizar un control más directo sobre aquellas denominadas de "Alcance 1" y "Alcance 2", originadas por el uso de combustibles fósiles, fugas de gases refrigerantes y uso de electricidad, equivalentes a 23 mil tCO₂e (7% del total de la Huella de Carbono). De estas emisiones, el 58% proviene del consumo eléctrico.
- Las emisiones de GEI de "Alcance 1 y 2" bajaron un 19% respecto a 2019, en parte por la implementación de medidas de control y uso eficiente de la energía, de un aumento en la compra de energía renovable y de la instalación de paneles solares; y en parte por una menor actividad producto de la pandemia.
- El 47% de las emisiones de "Alcance 3" se origina en el transporte de productos y el 46% por el transporte de clientes a tiendas, sobre las cuales Sodimac ejerce un control indirecto a través de los servicios de movilidad y logística contratados con terceros, y mejoras a sus sistemas de comercio electrónico que contribuyen a disminuir los viajes de clientes a tiendas. El uso de información indirecta sobre las emisiones de Alcance

3 implica que la información sea menos precisa que la de los Alcances 1 y 2.

- Los indicadores de intensidad de emisiones GEI Alcances 1 y 2 fueron de 33 kgCO₂e/m² superficie tiendas y 0,32 kgCO₂e/UF ventas.
- Los indicadores de intensidad del total de emisiones GEI Alcances 1, 2 y 3 fueron de 616 kgCO₂e/m² superficie tiendas y 5,9 kgCO₂e/UF ventas.
- Se continuaron ejecutando distintas acciones para gestionar la Huella de Carbono, de forma interna o en colaboración con proveedores, entre ellas despachos carbono neutral, instalación de paneles solares, compra de energías renovables, sistema de monitoreo y gestión de la energía, ecodiseño en envases y embalajes, recuperación de pallets para proceso de Mulch y uso de radiotaxi carbono neutral para trabajadores. Así se logró evitar y/o compensar la emisión de 38 mil tCO₂e, lo que equivale a un 9% de la Huella de Carbono.



Certificaciones del Programa Huella Chile

La empresa forma parte desde 2018 de Huella Chile, programa voluntario del Ministerio de Medio Ambiente que promueve la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en organizaciones público y privadas.

Bajo este marco, en 2020 Sodimac recibió por segundo año consecutivo

el sello de Excelencia y los sellos de Cuantificación y Reducción de GEI. Fue la única empresa de retail en recibir el Sello de Excelencia, que es la distinción más alta otorgada por HuellaChile, en reconocimiento al compromiso y las acciones para reducir el impacto de las emisiones.



Comercio electrónico carbono neutral

Desde 2019 todos los despachos realizados por Sodimac por compras online son carbono neutral, siendo la primera compañía en Chile que materializa este compromiso de carácter permanente. Para ello se estableció un modelo que neutraliza las emisiones generadas mediante la compra de bonos de carbono vinculados a proyectos de energía renovable locales y registrados internacionalmente.

El sistema es acreditado por la SCX (Bolsa de Clima de Santiago), que entrega una licencia de certificación CO₂ Neutral al proceso de envío, garantizando el cumplimiento y trazabilidad de las etapas anteriores.

Esta iniciativa fue muy relevante en 2020, considerando que las restricciones a la movilidad y los períodos de confinamiento decretados por las autoridades sanitarias para combatir la propagación del Covid-19 llevaron las compras online a niveles históricos y con ello convirtieron el despacho de productos en una solución imprescindible.

Como resultado de lo anterior, durante el año se compensaron 151.670 viajes con despachos directos a domicilio (80.830 en 2019), transportando 3.559.331 reservas (versus 1.235.940 del ejercicio anterior), neutralizando un equivalente de 5.611 tCO₂e.

Más información en www.scx.cl

Transporte de trabajadores carbono neutral

Como parte de las iniciativas para reducir y compensar la huella de carbono de la operación, si bien muchas personas, en especial de la oficina central, estuvieron trabajando desde sus hogares, se mantuvo la medida de utilizar Cabify para los desplazamientos de los trabajadores, empresa que neutraliza sus emisiones de carbono. Esto significa que mide su Huella de Carbono y compensa las emisiones de sus viajes, lo que realiza a través del proyecto Madre de Dios de reforestación en el Amazonas. En 2020 se recorrieron 21.379 kms con el servicio, el cual compensó 3,2 tCO₂e.



Sello Giro Limpio de AgenciaSE y Aceleradora de Electromovilidad

Un hito del ejercicio fue la certificación otorgada por el programa Giro Limpio de la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE). La distinción reconoce a las empresas generadoras de carga que movilizan al menos un 50% de sus cargamentos en camiones con sello Giro Limpio; es decir, que pertenezcan a firmas transportistas comprometidas con la eficiencia

energética y la disminución de emisiones. 2020 fue el primer año de vigencia de esta certificación.

Cabe destacar que la AgenciaSE también seleccionó a Sodimac para participar en su Aceleradora de Electromovilidad, iniciativa que busca avanzar en la incorporación de tecnologías y estrategias para un transporte eficiente y electrificado.

Eco eficiencia operacional

Por protocolo interno, toda nueva tienda o edificación asociada a las operaciones de Sodimac contempla lineamientos internacionales de desarrollo sustentable basados en las directrices de US Green Building Council, con estándares arquitectónicos y de infraestructura que propicien un uso eficiente de los recursos.

Por ese motivo, las tiendas inauguradas durante 2020 en Antofagasta y en Santiago (Quilín, comuna de Peñalolén) fueron concebidas para operar con energías renovables no convencionales (ERNC); de hecho, el local de Antofagasta se abastece de electricidad a partir de paneles solares. Sus diseños además permiten un uso intensivo de iluminación con tecnología LED, entre otras medidas para ahorrar energía, contando asimismo con equipamiento y dispositivos que reducen el consumo de agua.

Avances en energías limpias

La compañía desarrolla un plan para instalar, entre 2017 y 2021, paneles fotovoltaicos en los techos de 57 instalaciones de Sodimac Chile, buscando que la proporción de energías renovables autogeneradas se eleve hasta un 34% del total de la electricidad consumida por la organización.

En 2020 el programa avanzó con la implementación de paneles fotovoltaicos en 20 tiendas, totalizando 48. Gracias a estos equipos se inyectaron cerca de 11,6 GWh,

evitando la emisión 4.447 tCO₂e. Cabe señalar que, ya en régimen, el proyecto permitirá generar aproximadamente 46 GWh/año, equivalentes al consumo de más de 19.000 hogares, dejando de emitir a la atmósfera unas 20 mil toneladas de CO₂.

Por otro lado, la empresa aplica una política que privilegia la oferta de energías renovables no convencionales (ERNC). Para ello cuenta con un acuerdo suscrito en 2017 por el grupo Falabella con Acciona Energía, que permite a Sodimac reemplazar las necesidades de 38 tiendas e instalaciones en todo Chile con energías limpias, las cuales en el año sumaron un total cercano a 72 GWh, equivalente a evitar la emisión de 27.693 tCO₂e, cifra igual a un 7% de la huella de carbono de la compañía.

Adicionalmente, se están implementando distintas medidas de ecoeficiencia en la operación, incluyendo un plan progresivo de electromovilidad tanto en despachos de productos a domicilios de clientes como en el funcionamiento de los centros de distribución y tiendas.

Huella hídrica

(303-5)

Dada su actividad, Sodimac no consume agua para usos industriales, sino que únicamente para el uso de los trabajadores en duchas, casinos y en los servicios higiénicos disponibles para los clientes.

El recurso hídrico consumido por las tiendas, centros de distribución y oficinas de apoyo de Sodimac es suministrado en cada ciudad por las respectivas empresas sanitarias.

Luego de ser utilizada se descarga al sistema de alcantarillado público, según las normativas vigentes.

Debido al bajo consumo de las tiendas y a su uso no industrial, la empresa no posee proyectos específicos para el reciclaje o reutilización de agua.

En 2020 continuó el levantamiento de información sobre el consumo de agua, proceso que llevó a contabilizar un total de 642 mil m³ en el año, considerando 78 establecimientos que cuentan con factura directa de la sanitaria. El consumo de los otros establecimientos de la empresa corresponde a estimados, asumiéndose el compromiso de intentar contar con mediciones exactas de la totalidad de las tiendas y así implementar planes de eficiencia hídrica.

Durante el año se siguieron desarrollando campañas de sensibilización para un uso responsable del recurso hídrico, promoviendo la utilización de productos que aportan al ahorro de agua en el hogar.

Gastos e inversiones ambientales

Durante 2020 Sodimac realizó importantes inversiones en materia medioambiental.

Nombre del Proyecto (M\$)	2018	2019	2020
Cambio de luminarias	1.810.477	847.196	918.568
Puntos Limpios	828.628	680.358	691.817
Tratamiento residuos	94.250	77.811	22.328
Medición Huella de Carbono	13.805	14.119	46.340
Inventario REP	34.357	20.670	21.789
Declaraciones Ambientales	59.560	68.988	30.332
Plataforma Medioambiental	51.802	36.265	23.843
Bodega Residuos	55.798	9.500	-
Asesoría Productos ECO	21.876	-	-
Auspicio Foro Construcción Sustentable	2.500	-	-
Residuos Orgánicos (casino)	1.099	-	-
Total	2.974.152	1.754.907	1.755.017

Fuente: Sodimac.

Cumplimiento y Gestión de residuos

(307-1; 306-2)

Cumplimiento de gestión ambiental

La compañía cuenta con un área de medioambiente, que es parte de la gerencia de asuntos legales y sostenibilidad, a cargo de identificar riesgos y encabezar iniciativas para cumplir con las normativas ambientales, entre otras acciones que permitan una operación responsable con el entorno.

La Política de Sostenibilidad de Sodimac se somete a la legislación ambiental vigente, junto a la adhesión voluntaria a diversos compromisos en la materia. La empresa, además, ingresa declaraciones sobre emisiones, residuos y transferencias de contaminantes en el sistema de Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC) del Ministerio de Medio Ambiente.

En 2020, la empresa recibió tres denuncias por ruidos molestos realizados mediante los juzgados de policía local, canalizadas por las instancias legales de la empresa, con dos causas resueltas y una abierta en etapa de investigación. Estas denuncias derivaron en la sentencia y pago por \$201.902.

Los requerimientos legales que enmarcan el accionar de la empresa abarcan doce ámbitos:

1. Manejo y disposición de residuos

Se habilitaron bodegas de almacenamiento temporal de residuos autorizadas por las SEREMI de Salud, con el respectivo responsable en el sistema web RETC, donde cada retiro es declarado. Los movimientos se informan al Sistema Nacional de Declaración de Residuos (SINADER) y al Sistema de Declaración de Residuos Peligrosos (SIDREP). Mensualmente se envía una actualización de la base de datos.

2. Emisiones de fuentes fijas

La empresa realiza una inscripción de los grupos electrógenos y bombas de incendio de todos sus establecimientos, y un monitoreo mensual del consumo de combustible y horas de uso de dichos equipos. También efectúa una declaración anual por tienda en el sistema RETC.

3. Contaminación lumínica

Una legislación especial resguarda de contaminación lumínica a los observatorios astronómicos que operan en las regiones de Antofagasta, Atacama y Coquimbo, regulando el tipo y ángulo de instalación de las luminarias exteriores.

4. Casinos de alimentación

Su implementación cuenta con la autorización del SEREMI de Salud con una resolución sanitaria, y su instalación cumple con una serie de exigencias de infraestructura.

5. Seguimiento Resolución de Calificación Ambiental (RCA)

Según ciertas condiciones, los proyectos deben ingresar al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, mediante un EIA o DIA, proceso que culmina con el otorgamiento de la RCA incorporando todos los compromisos de carácter ambiental que permiten obtener un permiso de operación.

6. Control de plagas

Periódicamente se aplican procedimientos de control de plagas y sanitización según los requerimientos de cada instalación, para mantener las condiciones de higiene y salubridad de trabajadores y clientes.

7. Sustancias Peligrosas

Considera el gas licuado para grúas, pinturas y solventes, entre otras. Se establecen requisitos para la exhibición en locales comerciales.

8. Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP)

Obliga a las empresas fabricantes e importadoras de productos prioritarios a que se hagan cargo de sus productos una vez terminada su vida útil. Es aplicable a seis productos prioritarios.

9. Permisos Superintendencia de Electricidad y Combustibles

Rigen para instalaciones interiores eléctricas y de gas, y para el almacenamiento de combustibles líquidos.

10. Permisos municipales

Tutelan los permisos de edificación y recepción definitiva, y la obtención de las patentes comerciales.

11. Calificación industrial

Evalúa los riesgos del funcionamiento de una instalación, respecto a los daños y perjuicios que pueda causar a trabajadores, vecindario y comunidad,

Software líder en gestión de cumplimiento ambiental y sustentabilidad corporativa

Más información





y actividades que pueden ser calificadas como inofensivas, molestas, insalubres, contaminantes o peligrosas. Su objetivo es generar condiciones para que la localización de las actividades sea acorde a lo permitido en los Planos Reguladores Comunales y se realice en armonía con el entorno residencial y el medioambiente.

12. Informe sanitario

Indica el cumplimiento de las normas de carácter ambiental, de salud y seguridad en un establecimiento industrial. El artículo 83 del Código Sanitario establece que debe ser exigido por las municipalidades, previo al otorgamiento de una patente definitiva para la instalación, ampliación o traslado de industrias, actividades comerciales o de bodegaje.

de material, incluyendo papel blanco y de revista, cartón y otros, y del ítem mixto papeles y cartulinas blancas y coloreadas, además de film plástico y maderas. Además, en colaboración con Armony Sustentable, se enviaron 335 toneladas de pallets y maderas adicionales para ser convertidas en Mulch.

Los residuos no peligrosos que aún no cuentan con un plan de valorización y son dispuestos en rellenos sanitarios debidamente autorizados sumaron 24.332 toneladas.

Gestión de residuos

(306-1; 306-3; 306-4; 306-5)

Sodimac cuenta con una política de recuperación y reciclaje de materiales de desecho tanto propios como generados por la comunidad, incluyendo programas destinados a una correcta disposición de los residuos.

Disposición de residuos no peligrosos

Junto a Sorepa (Sociedad Recuperadora de Papel), la empresa aplica un plan de reciclaje del papel y cartón provenientes del proceso de embalaje efectuado por los proveedores. En 2020 se reciclaron 4.927 toneladas

Disposición	Unidad	2018	2019	2020
Residuos no peligrosos enviados a relleno sanitario	t	29.295	28.050	24.332
Residuos no peligrosos reciclados	t	5.663	5.176	5.262
Reciclaje propio - cartón, papeles y bobinas	t	5.190	4.728	4.471
Reciclaje propio - film plástico	t	215	244	241
Reciclaje propio - maderas	t	258	204	215
Reciclaje propio - maderas a Mulch	t	-	-	335

Fuente: Sodimac.

Disposición de residuos peligrosos

Para eliminar residuos sólidos y líquidos que se originan en la operación de las tiendas y pueden ser dañinos para las personas y el medioambiente, la empresa aplica un protocolo que incluye la disposición de baterías usadas, tubos fluorescentes, artículos electrónicos, tarros de pintura vacíos, envases de solvente, aceites y residuos sólidos

contaminados con hidrocarburos, los cuales se acopian y almacenan en contenedores plásticos debidamente rotulados; además, existe un POE (Procedimiento Operacional Estándar) de materiales peligrosos. Cada tienda cuenta con equipos de derrame distribuidos en las áreas de almacenaje de productos químicos, para que su manipulación sea debidamente controlada.

La empresa Veolia, previa autorización del organismo competente, se encarga de trasladar los residuos peligrosos a la planta de disposición final, donde se efectúa un

proceso de inertización, recuperación y tratamiento físico químico de todos aquellos elementos no aprovechables o valorizables.

Disposición	Unidad	2018	2019	2020
Residuos peligrosos enviados a tratamiento	t	93	85	35

Fuente: Sodimac.



Red Nacional de Puntos Limpios

Sodimac ha implementado una Red Nacional de Puntos Limpios, que forma parte de las iniciativas para reducir el impacto ambiental de su operación y acercarse a su objetivo de “cero residuos”, dando también espacio a la comunidad para minimizar y disponer responsablemente de sus desechos.

Esta red, que es la mayor del país, alcanza 20 puntos especialmente habilitados que son operados por Triciclos, distribuidos de Arica a Chiloé, 18 de estos abiertos a público y dos dirigidos a trabajadores de la oficina central y del principal centro de distribución.

Estos Puntos Limpios reciben doce tipos de materiales reciclables con destino garantizado de recuperación, incluyendo plásticos PET, polietileno, polipropileno, poliestireno; vidrio, aluminio, chatarra y latas de conserva; tetra, cartones, papeles, diarios y revistas, entre otros, los que se compactan y envían a empresas de reciclaje. Además, gracias a una alianza con la compañía de telecomunicaciones WOM, también reciben residuos electrónicos (celulares, tablets y cables en desuso) para reciclarlos o, en conjunto con la Fundación Chilenter, reutilizarlos, proceso que incluye extraer y reutilizar diversos componentes que pueden ser nocivos para el medioambiente.

Alianza entre Sodimac y Papa John's

En 2020 Sodimac y la cadena de pizzerías Papa John's sellaron una alianza que permitirá habilitar en los puntos limpios de la empresa los primeros espacios para que los usuarios puedan dejar sus cajas de pizza y que sean luego compostadas. Hasta ahora los diferentes puntos limpios públicos y privados que operan en Chile no recibían este tipo de material, lo que transforma a este acuerdo en una iniciativa inédita en el país.

Protocolos de operación segura en pandemia

En 2020 la actividad de la red de Puntos Limpios Sodimac se vio fuertemente afectada por la pandemia de coronavirus. Debido a las cuarentenas se produjo el cierre de puntos limpios públicos y privados, lo que redujo considerablemente el reciclaje y el tratamiento de residuos en Chile. Sin embargo, estas actividades fueron reconocidas como actividades esenciales por la autoridad, procediéndose a una reapertura paulatina en diferentes comunas.

En este escenario, la empresa y TriCiclos implementaron un

protocolo seguro para cuidar la salud de los usuarios y de quienes operan los puntos limpios, estableciendo que los usuarios de manera previa a sus visitas se inscriban en el sitio <https://triciclos.net/agendatuhora/>. La medida buscó limitar el aforo de personas y asegurar el distanciamiento social, exigiéndose también el uso de mascarillas, junto a medidas adicionales como controles de temperatura y desinfección de manos y residuos, entre otras. Además, cada punto limpio es sanitizado regularmente.

Entre enero y diciembre de 2020 las visitas de la comunidad a la Red Nacional de Puntos Limpios ascendieron a 268 mil y se recuperaron 2.409.822 de kilogramos de material, resultado muy significativo considerando que la red no operó durante varios meses debido a la pandemia. Desde su creación en 2010, las visitas superan las 3,7 millones personas y se han reciclado más de 21 millones de kilogramos de materiales.

Reciclaje en Puntos Limpios

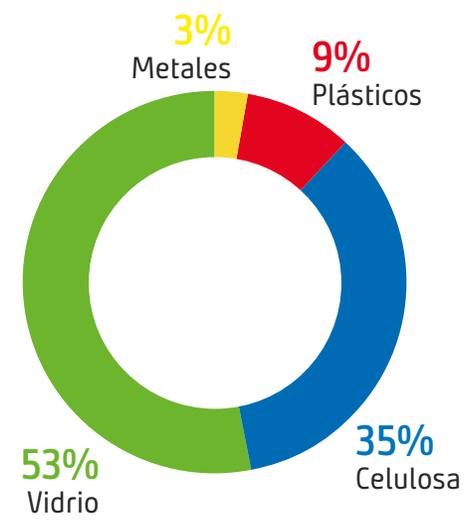
	2018	2019	2020
Toneladas	3.206	4.162	2.409
Visitas	832.049	847.097	268.322

Fuente: Triciclos.



Materiales Reciclados 2020

Distribución Material 2020 (%)



Fuente: Triciclos.

Fomento al Reciclaje para Clientes

En el contexto de la implementación de la Ley REP, Sodimac aporta su experiencia en acciones para el incentivo de los hábitos de reducción, reutilización y reciclaje tanto a nivel de organizaciones como de hogares. Para ello cuenta con el apoyo de la Cámara de Comercio de Santiago y AmCham, entre otras entidades, llevándose a cabo iniciativas como las siguientes:

- Gestión de residuos para reciclaje de papel, cartón, stretch film y avances en disposición de madera, alcanzando una tasa de reciclaje cercana a un 18%, considerando sólo los residuos postindustriales propios de la operación en tiendas.
- Aporte a la gestión de residuos de la comunidad en la Red Nacional de Puntos Limpios.

- Estudio de materialidad e inventario de los envases y embalajes en más de 3 mil artículos de marcas propias y programa de right sizing, además de una propuesta de mejora de los envases que lo requieran, modificando tamaño, gramaje o materialidad según sea necesario. También se trabaja con proveedores de algunas líneas de productos -como iluminación-, implementando cambios que buscan reducir el uso de plástico.
- En 2016 Sodimac suscribió un Acuerdo de Producción Limpia para establecer un plan de gestión que, en 2020, significó recuperar 80 toneladas de baterías de automóviles fuera de uso de los clientes del Car Center.
- Gestión continua de los neumáticos fuera de uso de los clientes del Car Center, llegando en 2020 a una recuperación de 148 toneladas.
- Impulso de las campañas "Haciendo ECO", dentro de un programa de recuperación de diferentes elementos en desuso de los clientes, para su refacción y/o reciclaje.

En 2019 se realizaron campañas de recambio de hidrolavadoras, soldadoras, parrillas, electrodomésticos y muebles, logrando reciclar 44,6 toneladas de materiales y 41 muebles. Estas campañas no se pudieron realizar en 2020, pero se espera retomarlas tras la pandemia. Sin embargo, Sodimac cuenta con un servicio de reciclaje de línea blanca a domicilio, el cual recuperó 35 toneladas de productos en desuso de los clientes para su refacción y/o reciclaje, entre los que se destaca la recuperación de 678 elementos entre lavadoras, refrigeradores, cocinas y muebles.

- Desde 2018 rige un Acuerdo de Producción Limpia (APL) Cero Residuos a Eliminación, que apunta a minimizar la generación de residuos sólidos y aumentar su valorización en un plazo de 24 meses, para avanzar en una reducción definitiva de los envíos de residuos a destinos finales de eliminación desde las instalaciones productivas y de servicios de las compañías participantes.

El APL hace posible vincular la oferta de residuos sólidos con las empresas valorizadoras agrupadas en la Asociación Nacional del Reciclaje (ANIR), lo que permite contribuir al desarrollo de la industria del reciclaje y facilitar la construcción de un ciclo cerrado en la gestión de los residuos.

- En 2019 Sodimac adhirió a un APL destinado a generar un sistema de gestión colectivo para el manejo de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (AEE) y mejorar la información del sector. La iniciativa se implementará a lo largo de 24 meses y entre sus principales acciones destaca la definición de un modelo de inclusión de los recicladores de base en la gestión y manejo de estos residuos, considerando

temas de almacenamiento, transporte, pretratamiento y peligrosidad. Además, se elaborará un mapa de iniciativas y pilotos público-privados vigentes de recuperación y valorización de AEE post consumo, para levantar información confiable y extrapolable respecto a la capacidad real de gestión, así como el desarrollo de campañas educativas a la comunidad sobre el manejo de este tipo de residuos. Sobre esta base la empresa estará preparada para una correcta implementación de la Ley 20.920, con el diseño de un sistema de gestión que aborde la complejidad que significa el mercado de los AEE, dada la variedad de productos, modelos y vida útil, así como la presencia de sustancias clasificadas como residuos peligrosos.



Sodimac y el “Pacto Chileno por los Plásticos”

La empresa forma parte del “Pacto Chileno por los Plásticos” (PCP), iniciativa liderada por Fundación Chile y el Ministerio de Medio Ambiente que busca incentivar a distintos actores de la cadena de valor (empresas, sector público y ONGs) para que reflexionen de forma conjunta y articulada sobre alternativas de colaboración e innovación que lleven a proponer de nuevas formas de fabricación, uso, reutilización y reciclaje de los plásticos.

En este marco, durante 2020 Sodimac continuó trabajando en el Summit Circula el Plástico y formando parte de los grupos de trabajo, campañas y acciones para

liderar de manera colaborativa el cambio en los modelos de producción de este material y, con ello, reducir el impacto en el medioambiente.

Los principales resultados del año fueron:

1. Se elaboró un Documento Técnico de Plásticos Problemáticos, donde se identifica dentro del portafolio de los miembros del Pacto, algunos plásticos que no tienen alternativa circular por lo que se tomarán acciones de reducción de estos.
2. Se realizó el Webinar Reutilización en Chile: Estrategias, casos de éxito, y

potencial de implementación de reuso, donde se destacaron proyectos e iniciativas bajo modelos de reuso B2C, con el fin de identificar alternativas de implementación en Chile.

3. Se realizaron dos estudios (sobre normativas y tecnologías), cuyos resultados derivan en recomendaciones y acciones que debe tomar el Pacto para avanzar en infraestructura y aumento de volumen de reciclaje de plástico.
4. Se realizó un llamado de innovación abierta The Plastic Evolution con Chile Global Ventures, que consta de dos

desafíos identificados por los distintos miembros del Pacto.

5. Se elaboró la guía de comunicaciones Manual de Conceptos y Buenas Prácticas Asociadas a la Economía Circular de los Plásticos, que está dirigida a empresas y organizaciones en general, agencias de publicidad y comunicaciones, y la ciudadanía.



Promoviendo la sustentabilidad

Packaging y diseño de productos

La política de sostenibilidad de Sodimac incluye minimizar los residuos potenciales provenientes del empaque de los productos que comercializa. Para ello cuenta con un programa de rightsizing para reducir el consumo de plástico y cartón, con embalajes debidamente ajustados al tamaño del producto y disposición de más productos en un solo despacho, lo que genera menos emisiones de CO2 por concepto de gasto de combustible para transporte y un uso eficiente de los espacios en contenedores, bodegas y tiendas.

La empresa también se planteó el desafío de que el 100% de los envases y embalajes de los productos que ofrece a los clientes sea reciclable, partiendo por las marcas propias. Durante el 2020, se modificó la materialidad de los embalajes de 5.082 códigos para que sean reciclables en Chile. En 2020 se realizó un estudio de materialidad de los empaques de marcas propias, que reflejó que el 83% de ellos fueron clasificados como reciclables.

Educación y consumo responsable

Sodimac difunde y fomenta hábitos de cuidado del medioambiente y economía circular entre clientes, trabajadores, proveedores y comunidad en general. Con este fin emplea diversas plataformas propias (catálogos, sitio web, campañas publicitarias y presencia en tiendas,

y contenido de “Hágalo Usted Mismo”) a través de las cuales busca sensibilizar y ayudar a generar cambios de conducta que contribuyan a combatir el cambio climático y sus efectos. También facilita el acceso y promueve el uso de productos y servicios sustentables.

Productos y Servicios ECO

Como parte de la iniciativa Haciendo ECO, Sodimac pone a disposición de los clientes sobre 4.400 productos y servicios con atributos ambientales y sociales. Estos incluyen varias líneas de artículos de aseo, organización y menaje elaborados con residuos plásticos recibidos en los puntos limpios, que forman parte de la primera iniciativa de economía circular de un retailer en Sudamérica, resultado de una alianza con TriCiclos y Comberplast.

Los productos ECO, que deben cumplir normas y exigencias establecidas por el área de control de calidad para poder incorporar una rotulación especial, incluyen mercadería fabricada con más de un 50% de contenido reciclado y es biodegradable en no más de seis meses; reutilizable o rearmada; que permite un consumo comprobadamente eficiente de energía o agua, y libre de VOC (es decir, de partículas químicas dañinas para la salud). Adicionalmente, cuentan con certificaciones reconocidas y en su proceso de fabricación se cuidan los recursos naturales y se mitigan los impactos ambientales.

Con esta política la empresa incentiva el consumo responsable y el uso eficiente de los recursos, dando espacio además al comercio inclusivo con productos que generan un impacto positivo en la sociedad.

Productos Sustentables

Variables de sustentabilidad	2018	2019	2020
Ahorro y eficiencia de energía	544	1.620	1.470
Ahorro y eficiencia de agua	78	392	380
Productos reciclados, reutilizados y biodegradables	25	347	498
Productos que provengan de manejo sustentable de bosques	997	425	615
Hogar saludable	-	1.629	1.416
Comercio inclusivo	-	-	54
Total	1.644	4.413	4.433

Fuente: Sodimac.

Apoyo a iniciativas público-privadas

La empresa cada año se hace parte de acciones impulsadas por instituciones públicas y privadas con el objetivo de cuidar el medioambiente:

La Hora del Planeta

El 28 de marzo de 2020 Sodimac mantuvo apagados durante una hora los letreros de las fachadas en todas sus tiendas, centros de distribución y oficinas administrativas, sumándose así nuevamente a “La Hora del Planeta”, la mayor iniciativa global para generar conciencia sobre el cambio climático.

Previo a ello realizó acciones de difusión de la actividad en redes sociales y canal online, junto con comunicación directa en las tiendas para informar a los clientes, y también involucrar a sus trabajadores.



Compromiso con la comunidad



Compromiso con la comunidad

Sodimac cuenta con canales permanentes de escucha y relacionamiento abiertos hacia las comunidades donde sus operaciones generan impacto. Además, desarrolla políticas de inversión social e incentivo a la participación de sus trabajadores en voluntariado corporativo, y apoya activamente la labor de diversas fundaciones dedicadas a mejorar la calidad de vida de las personas.

Temas estratégicos

- Inversión social
- Gestión del entorno



Hitos 2020

- Sodimac desarrolló y se sumó proactivamente a acciones para apoyar a las comunidades que se vieron directamente afectadas por la emergencia sanitaria, sumando esfuerzos especialmente con sus aliados estratégicos Movidos x Chile y TECHO.
- El trabajo con TECHO permitió entregar tres proyectos de vivienda definitiva diseñados y construidos con las mismas familias, beneficiando a alrededor de 1.100 personas de Maipú, Valparaíso y Copiapó, que antes vivían en diferentes campamentos.
- Pacto Global Chile reconoció a Sodimac por el aporte del programa “Construyendo Sueños de Hogar” a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Sodimac se sumó a Ciudad Colaborativa, iniciativa público-privada que busca responder a los múltiples desafíos y urgencias que ha instalado el Covid-19 en

relación con la planificación de la nueva vida social urbana, mediante la entrega de apoyo gratuito a municipios de Chile para el diseño, desarrollo y ejecución de proyectos para espacios públicos.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Apoyando a las comunidades

(413-1) (413-2)

El inédito panorama local y global de 2020 puso en evidencia el alto valor de las políticas desarrolladas a lo largo de los años por la empresa para intentar comprender mejor las necesidades y expectativas de las comunidades donde opera.

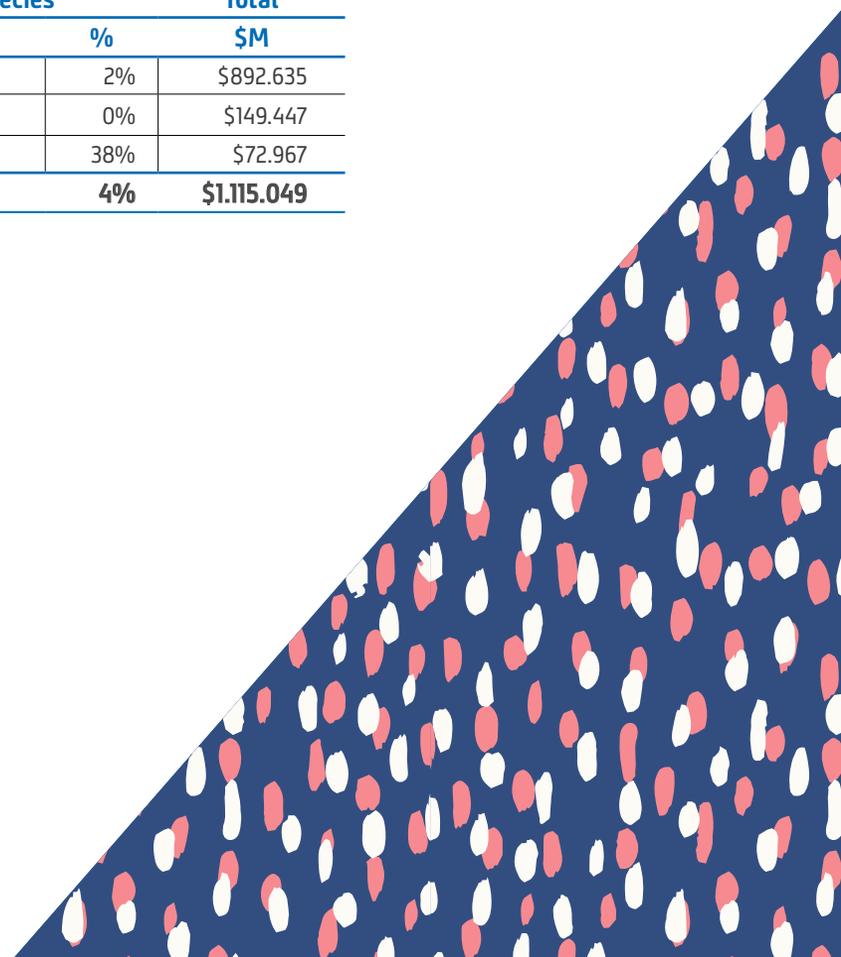
Las continuas evaluaciones acerca del impacto de su gestión, con estudios cualitativos y cuantitativos, aportaron información en extremo valiosa para el diseño y ejecución de acciones dirigidas a brindar apoyo a las comunidades más necesitadas antes el impacto de la emergencia sanitaria.

Inversión social 2020

(203-1)



Ámbito	Tipo				Total \$M
	Dinero		Especies		
	\$M	%	\$M	%	
Inversión Comunitaria	\$874.337	98%	\$18.298	2%	\$892.635
Iniciativas comerciales	\$149.447	100%		0%	\$149.447
Donaciones	\$45.315	62%	\$27.652	38%	\$72.967
Total general	\$1.069.099	96%	\$45.950	4%	\$1.115.049



Trabajo con vecinos en el contexto de la crisis sanitaria

Durante 2020 Sodimac se sumó y proactivamente llevó a cabo acciones para apoyar a las comunidades que se vieron directamente afectadas por la emergencia sanitaria:

La empresa participó activamente en campañas de Movidos x Chile y TECHO, en ayuda a personas y familias en situación de vulnerabilidad.

Se apoyaron 21 casos sociales de mejoramiento y habitabilidad de viviendas y otras instalaciones, a través del programa de ayuda a la comunidad "Aquí Somos Todos" que transmite Canal 13.

Sodimac entregó diversos materiales y productos a los hospitales de Valdivia, La Calera y al Hospital de Emergencia Huechuraba, entre otros.

En el marco del Plan Protege Calle del Ministerio de Desarrollo Social, se aportaron frazadas y mantas para ayudar a personas que viven en situación de calle.

También, se apoyó la campaña Red de Alimentos junto a otras empresas Falabella, así como la iniciativa de la CPC de entrega de cajas de alimentos.

Ciudad Colaborativa

Entre las actividades del año, destaca la colaboración de la empresa con Ciudad Colaborativa, una iniciativa que tiene como objetivo atender rápida y efectivamente a los múltiples desafíos y urgencias que ha instalado el Covid-19 en relación con la planificación de la nueva vida social urbana.

Lo anterior, mediante la entrega de apoyo gratuito a municipios de Chile para el diseño, desarrollo y ejecución de "Planes de Intervenciones Tácticas" con proyectos para espacios públicos de ágil implementación, bajos recursos y resultado inmediato. A esta iniciativa se sumaron distintos actores del sector público, privado y organizaciones que trabajan de manera colaborativa para hacer posible el mejoramiento de los espacios y acciones de los territorios.



Gestión territorial

(413-2)

La empresa procura comunicar sus proyectos oportuna y claramente a autoridades, líderes formales e informales y vecinos, indicando plazos, impactos negativos y externalidades positivas (puestos de trabajo, acciones sociales y ambientales) derivados del proceso de construcción de una tienda.

En 2020 se inauguró una nueva tienda en el sector de Quilín, comuna de Peñalolén en Santiago. Con una superficie de venta de 12.136 m², incluye los formatos Homecenter y Constructor, y además de dar empleo directo a cerca de 140 personas (a lo que se suman los empleos indirectos), permite abastecer con productos para el hogar a los vecinos de una zona de gran expansión habitacional durante los últimos años.

También se abrió una nueva tienda de 13.960 m² en Antofagasta, la que a través de los formatos Homecenter y Constructor, da trabajo a más de 120 personas (sin contar los empleos indirectos). Ubicada en el centro comercial

Paseo La Portada, sector norte de la ciudad, es la cuarta tienda de Sodimac en Antofagasta y responde a las necesidades de los habitantes de un área que ha tenido un importante crecimiento inmobiliario.

Adicionalmente, se inauguró en Chicureo la primera tienda bajo la marca Sodimac Express, local de 810 m² donde la empresa acepta el desafío de adaptarse a un espacio disponible, creando una nueva propuesta que acerca a los vecinos la posibilidad de apreciar físicamente productos y recibir asesoría experta. Lo anterior, combinado con la oferta de internet, permite entregar un completo servicio para cumplir con sus proyectos de hogar mientras se construye una tienda de mayor superficie en la comuna de Colina con los formatos Homecenter y Constructor, que se espera inaugurar en 2023.

Sodimac busca profundizar su capacidad de escucha y anticiparse a eventuales controversias territoriales ocasionadas por proyectos de nuevas tiendas u otras instalaciones. Para ello, la Gerencia de Planificación, Desarrollo y Proyectos utiliza una herramienta especialmente diseñada para la compañía denominada Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT), que se aplica en cada territorio donde se proyectan obras, ampliaciones y remodelaciones, incorporando así la Política de Sostenibilidad en los criterios de evaluación de las inversiones.



Con esta solución es posible analizar las limitantes de los proyectos y generar las medidas técnicas, económicas y sociales para que cumplan tanto la normativa como el estándar corporativo en materia de crecimiento sostenible. La finalidad es definir indicadores territoriales que pudieran comprometer la sostenibilidad y reputación de la empresa y procurar que sean gestionados oportunamente, incluso si los proyectos son ejecutados por desarrolladores externos.

Dentro de los impactos negativos que se han generado en la comunidad, se encuentra el caso de la tienda Sodimac Homecenter Los Carrera que fue incendiada durante el estallido social de 2019 y afectó a los vecinos de condominios colindantes. Sodimac decidió no reconstruir la tienda Los Carrera y devolver la ubicación que se arrendaba a la inmobiliaria dueña. Esta determinación forma parte de un proceso de evaluación permanente de ubicaciones para responder a las necesidades de los clientes y trabajadores. Esta determinación de no reconstruir la tienda no afectó

el compromiso que se hizo con los vecinos de pintar las fachadas de los edificios de la Comunidad Antillanca, como parte de las mitigaciones voluntarias asumidas por la empresa después del incendio de octubre 2019.

En 2020, se ha gestionado una relación y comunicación con vecinos colindantes de la nueva tienda Sodimac Homecenter Temuco Los Pablos que está en etapa de construcción y habilitación. Entendiendo que esta situación ha sido compleja para los vecinos, se implementaron una serie de medidas para reducir los impactos de la habilitación de la tienda (biombos reductores de ruido, reducción de horarios de obras, informativos de las obras a realizar) y se está en comunicación con las autoridades locales para lograr colaboración con temas de tránsito y seguridad que preocupan a los vecinos.

Empleabilidad local

Sodimac privilegia la contratación de trabajadores residentes en el radio de influencia de sus tiendas, política que abre oportunidades laborales en las comunidades circundantes y reduce los tiempos de desplazamiento de los colaboradores.

Cada año la empresa además participa en ferias laborales que

permiten atraer talento local, y mantiene alianzas con instituciones que ofrecen formación técnica gratuita a jóvenes de bajos recursos, quienes adquieren conocimientos que contribuyen a su inserción en el mercado del trabajo.

En 2020 la compañía contrató a 1.373 nuevos trabajadores (760 hombres y 613 mujeres).

Construyendo Sueños de Hogar

Sodimac y sus trabajadores han consolidado uno de los programas de voluntariado corporativo más importantes en Chile: "Construyendo Sueños de Hogar", una iniciativa que busca contribuir al desarrollo de las comunidades ubicadas en el entorno de las operaciones de la empresa.

En 2020, dado que las fases del programa involucran trabajos en terreno que requieren un entorno adecuado para su planificación y ejecución, la empresa debió reprogramar el calendario de actividades considerando que la emergencia de salud que enfrentaba la población del país impedía garantizar las condiciones necesarias.



La compañía informará las nuevas fechas apenas la situación lo permita a través del sitio www.construyendosuenosdehogar.cl.

A través de este programa, organizaciones vecinales o comunitarias postulan a fondos concursables para realizar proyectos de reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno público. Sodimac entrega los materiales necesarios y su transporte, y voluntarios de la empresa trabajan en equipo con personas de las propias comunidades para hacer realidad dichos proyectos, generándose un importante esfuerzo colaborativo y participativo.

La iniciativa cuenta con un consejo consultivo integrado por directores de la empresa y líderes de la sociedad civil, que

participan en la evaluación global y velan por la correcta aplicación del programa, aportando asesoramiento y puntos de vista sobre los principales temas que involucran a la sociedad y su relación con Sodimac.

"Construyendo Sueños de Hogar" también aporta fondos especiales en beneficio de trabajadores de la compañía con proyectos para mejorar sus hogares y calidad de vida.

A lo largo de los catorce años transcurridos desde su creación, "Construyendo Sueños de Hogar" ha desarrollado 788 proyectos, brindando ayuda directa a más de 198 mil personas gracias a la participación de sobre 15 mil voluntarios.



RECONOCIMIENTO CATEGORÍA PROSPERIDAD

Reconocimiento de Pacto Global en la categoría Prosperidad

Cabe destacar en el marco de la celebración de sus 20 años en el mundo, Pacto Global reconoció en Chile a Sodimac por la contribución del programa “Construyendo Sueños de Hogar” para reducir las desigualdades y lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles (ODS 10 y 11).

El reconocimiento de Pacto Global Chile a este programa en la categoría Prosperidad por su aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se realizó en una ceremonia en la que participó la ministra de Desarrollo Social y Familia, Karla Rubilar, y en la que se destacaron diferentes iniciativas.

CONSTRUYENDO SUEÑOS DE HOGAR

SODIMAC



Construyendo Sueños de Hogar

Año	Nº de proyectos	Beneficiarios directos e indirectos (*)
2018	110	24.607
2019	83	40.190
2020 **	-	-

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

(**) El programa fue postergado por la pandemia.

Fuente: Sodimac.

Nuestras alianzas

(102-13)

Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de la comunidad.



TECHO

Sodimac y TECHO cuentan con 13 años de alianza, cuyo propósito es ayudar a construir ciudades justas y sostenibles, donde gran parte de los esfuerzos de la empresa van dirigidos directamente al acompañamiento de las familias en el camino a la vivienda definitiva, entregando un aporte para el funcionamiento de la Inmobiliaria Social de TECHO, además de ofrecer a esta organización precios preferenciales y apoyo logístico.

El trabajo con TECHO ha estado orientado a apoyar a la Inmobiliaria Social de la organización que gestiona los proyectos de vivienda definitiva para las familias de campamentos. En el año 2020 se entregaron tres proyectos habitacionales consistentes en departamentos diseñados y construidos con las mismas familias, lo que benefició a aproximadamente 269 familias (1.100 personas) de Maipú, Valparaíso y Copiapó, que antes vivían en diferentes campamentos. En el periodo de alianza se ha

contribuido a desarrollar 97 proyectos habitacionales de viviendas definitivas en distintas ciudades del país para más de 8.100 personas.

En diciembre se celebró la primera Navidad en sus casas propias con las familias beneficiadas en 2020, desarrollándose distintas actividades para los niños y comunidad, iniciativa que marcó una etapa muy importante en la relación de Sodimac con las familias y que se espera repetir este año. Además, se aportó en cada comunidad con materiales para habilitar y mejorar distintos lugares para el encuentro entre los vecinos.

Como parte de la alianza entre ambas entidades, Sodimac apoyó también este año la campaña institucional, la colecta digital y la campaña Chile Comparte Vivienda de TECHO-Chile y Fundación Vivienda. La iniciativa entregó 500 viviendas básicas a familias sin un lugar donde vivir, necesidad aún más urgente por la pandemia. Los nuevos hogares tienen un diseño flexible y modular que logran un mejor estándar.

Más información en www.techo.org/chile



Fundación Junto al Barrio

Desde hace 8 años la alianza colaborativa entre Sodimac y Junto al Barrio ha permitido la inserción en más de 39 barrios de alta vulneración social. Esta alianza de confianza y colaboración ha permitido impactar significativamente en la calidad de vida a 65.607 beneficiarios directos y más de 260 mil indirectos.

Sodimac apoya económicamente los diferentes proyectos impulsados por Fundación Junto al Barrio en comunidades vulnerables del país, donde se han desarrollado murales, restauración de plazas, mejoras en sedes vecinales y huertos comunitarios.

En 2020, la empresa participó en proyectos comunitarios en las comunas de Renca y Valparaíso. Durante el año, se realizó la inauguración de la Plaza Blanca Vergara mediante el trabajo colaborativo entre la Junta Vecinal, Fundación Junto al Barrio, Sodimac y la Municipalidad de Renca, proyecto que brinda un lugar de encuentro y conexión entre la comunidad y el Cerro de Renca.

Más información en www.juntoalbarrio.cl



Movidos x Chile

La empresa forma parte de Movidos x Chile desde 2017, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país, propiciando así una instancia de coordinación permanente en casos de emergencias. Para ello, Sodimac cuenta con protocolos con procedimientos y con un Comité Operacional de Emergencias.

En 2020, esta red creció a una articulación con 128 organizaciones de la sociedad civil, 22 empresas, 3 instituciones públicas y 2 organismos internacionales.

Todo este mecanismo se puso en marcha en 2020 para apoyar el Incendio Forestal Cerro Rocuant de Valparaíso; el aluvión Alto del Carmen de Atacama, y las acciones comunitarias frente a la pandemia. La plataforma apoyó 131 causas sociales, beneficiando a 95.688 personas, entregando 23.922 kit de alimentos y 604.211 elementos de protección personal.

Más información en www.movidosxchile.cl



Apoyo a Base Pública

Sodimac se sumó a Base Pública, organización sin fines de lucro que es un medio de comunicación y un espacio para el diálogo entre las personas y organizaciones sociales, donde se difunden ideas y acciones colaborativas que promuevan un futuro más humano y sostenible. En 2020, la empresa participó de la mesa editorial Ciudad y Territorio, además se apoyó los ocho capítulos del programa “In Situ” diálogos

sobre ciudad y territorio con actores sociales, políticos, ONG, académicos, entre otros. Los principales temas fueron el aumento de los campamentos en zonas urbanas, la segregación socioespacial, la contaminación, la falta de áreas verdes y el valor del territorio rural, entre otros.

Más información en:
www.basepublica.cl



Campaña Camiseteados

Sodimac se sumó a la campaña Camiseteados 2020, donde se eligieron por quinto año consecutivo a ciudadanos que son verdaderos héroes anónimos porque con compromiso, solidaridad y sin esperar nada a cambio generan iniciativas que benefician a su entorno.

Cabe señalar que cada año es la propia ciudadanía la responsable de postular a los candidatos a través de una plataforma abierta. Los casos son luego sometidos a una exhaustiva revisión, para determinar quiénes son los que se quedan con el título de Camiseteado, protagonizando microdocumentales que son difundidos en distintas

plataformas y siendo, a contar de ese momento, activos embajadores de la iniciativa.

En diciembre se realizó la ceremonia de premiación virtual que contó con la participación de la Ministra de Desarrollo Social y Familia, Karla Rubilar, además de referentes de la sociedad civil y el mundo empresarial, donde se dieron a conocer las inspiradoras historias de los agentes de cambio que se quedaron con el título de Camiseteados, tras destacar entre más de 5.000 postulaciones de todas las regiones del país.

Más información en
www.camiseteados.cl



anexos

Anexo 1

(102-7; 201-1)

Desarrollo económico

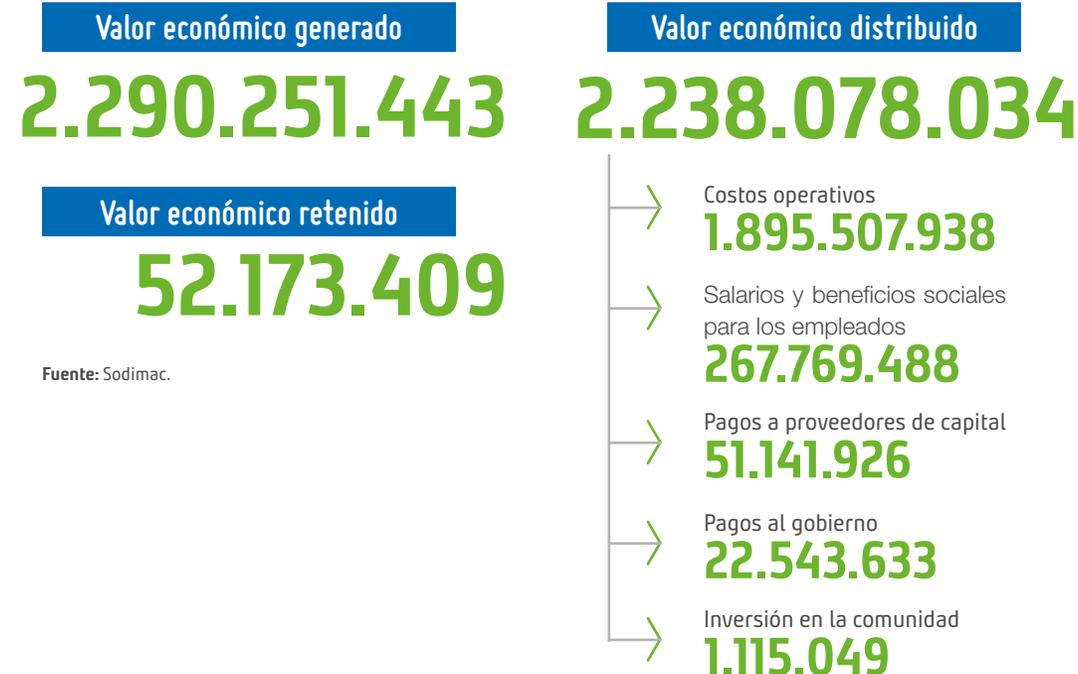
A lo largo de 2020 Sodimac continuó liderando el rubro mejoramiento del hogar en Chile, con una participación de mercado de un 26,3%, incluyendo a su filial Imperial. Durante el año los ingresos, incluyendo a esta filial, ascendieron a \$2.290.251.443 cifra mayor a la de 2019. La principal razón de este resultado es el crecimiento en comercio electrónico y la mayor demanda por productos de construcción y mejoramiento del hogar.

Desempeño Económico (en M\$)	2018	2019	2020
Ingresos de explotación	2.169.506.069	2.092.652.566	2.290.251.443
Costos de explotación	-1.492.383.885	-1.473.123.084	-1.576.085.290
Margen de explotación	677.122.184	619.529.482	714.166.153
Pago de dividendos*	50.137.028	18.867.613	19.640.371
Utilidad del ejercicio	67.143.340	10.049.515	61.245.797

Fuente: Sodimac.

* No se consideran dividendos a participaciones no controladores ni tampoco neto provisión de dividendo mínimo.

Valor económico generado y distribuido



Valor económico generado y distribuido

La estrategia de desarrollo de la empresa impacta a sus diferentes públicos de interés:

Proveedores: Costos operacionales

(102-48)

Los costos asociados al desarrollo de las operaciones de la empresa ascendieron en 2020 a M\$1.895.507.938, cifra 7% mayor a la del ejercicio 2019, cuando sumaron M\$1.772.662.404, lo que incluye costos de explotación y gastos por administración y ventas.

Trabajadores: Remuneraciones y beneficios

En 2020, los gastos en remuneraciones y beneficios alcanzaron los M\$267.769.488, monto superior a los M\$262.009.110 registrados durante el año anterior.

Bancos, financieras y accionistas: Pagos a proveedores de capital

La empresa pagó M\$51.141.926 por concepto de proveedores de capital, cifra menor al ejercicio 2019, cuando ascendió a M\$57.421.973. Éstos se distribuyeron en pagos a los accionistas de la empresa y gastos financieros.

Gobierno: Pagos e impuestos

Los pagos al Estado por concepto de impuestos sobre la ganancia totalizaron M\$22.543.633 en 2020, cifra mayor a los M\$2.889.058 del ejercicio 2019, acorde al incremento del resultado de la compañía.

Comunidad: Aportes e inversiones

Las inversiones dirigidas a diferentes proyectos que durante 2020 impactaron positivamente en la comunidad sumaron M\$1.115.049, destacando iniciativas como los Puntos Limpios de Reciclaje, Becas CES, aportes a Techo y Fundación Junto al Barrio, entre otras.

Asistencias financieras recibidas

En 2020, Sodimac utilizó M\$806.492 por concepto de franquicia SENCE para beneficiar y apoyar a sus trabajadores en formación y capacitación.

Asistencia Financiera del Gobierno (M\$)	2018	2019	2020
Donaciones			
Franquicia Tributaria	261.470	208.327	99.571
Activo fijo			
Uso Franquicia (tope UTM 500)	24.176	24.812	25.515
Crédito SENCE			
Certificado SENCE	1.773.856	1.807.849	806.492
Total	2.059.502	2.040.968	931.578

Fuente: Sodimac.

Enfoque de Impuestos

(207-1)

Sodimac, como parte de Falabella S.A, adhiere a la Política Tributaria definida en este ámbito para la materialización de nuestro aporte a la sociedad por vía de los impuestos que debemos pagar conforme a la legislación aplicable en nuestro país. Para desarrollar esta política internamente existe un Comité Tributario integrado por las áreas de Finanzas, Legal, Auditoría y que reporta al Gerente General.

Se han establecidos como principios tributarios:

- Cumplir con las obligaciones que las leyes tributarias imponen, aplicando interpretaciones plausibles y de buena fe de las normas impositivas.
- Caracterizar tributariamente todas las operaciones y transacciones de manera veraz, no debiendo dar

a las mismas estructuras o formas que tergiversen la realidad económica subyacente, constitutiva de la legítima razón de negocios de tales operaciones o transacciones, con la finalidad de reducir la carga impositiva aplicable o aprovechar beneficios tributarios que de otro modo no les serían aplicables.

- Relacionarse de manera colaborativa, veraz y justa con las autoridades tributarias, a través de representantes especialmente designados para estos efectos.
- Las decisiones de negocio que tengan una implicancia tributaria deberán considerar estos principios tributarios.

Los pagos al Estado por concepto de impuestos sobre la ganancia totalizaron M\$22.543.633 en 2020, cifra mayor a los M\$2.889.958 del ejercicio 2019, acorde al incremento del resultado de la compañía.

Anexo 2

Dotación Sodimac Chile

Dotación por zona, jornada laboral y tipo de contrato

(102-8)

Al cierre de 2020, Sodimac tenía una dotación de 15.145 trabajadores, un 59% de ellos hombres y el 41% mujeres.

Total trabajadores por zona

	2018		2019		2020	
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
Zona norte	1.585	767	1.529	782	1.413	667
Zona centro	1.862	975	1.862	976	1.681	865
Zona sur	2.569	1.326	2.497	1.326	2.336	1.083
Región Metropolitana	6.568	2.368	6.543	2.466	5.298	1.802
Total dotación	18.020		17.993		15.145	

Fuente: Sodimac.

Total trabajadores por tipo de jornada laboral

	2018		2019		2020	
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial
	12.584	5.436	12.393	5.600	10.728	4.417
Total dotación	18.020		17.993		15.145	

Jornada completa: 45 horas. Jornada parcial: menos de 45 horas.

Fuente: Sodimac.

Total trabajadores por tipo de contrato

	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Contrato indefinido	10.108	6.864	9.914	6.756	8.548	5.886
Contrato plazo fijo	745	303	853	470	363	348
Subtotal	10.853	7.167	10.767	7.226	8.911	6.234
Total dotación	18.020		17.993		15.145	

Fuente: Sodimac.

Dotación por tipo de cargo y género

(102-8; 405-1)

Al cierre de 2020, 58 mujeres ocupaban puestos ejecutivos en la empresa, lo que equivale a 34% del total de este tipo de cargos. El sistema de remuneraciones de Sodimac solo considera variables relacionadas con el valor profesional sin hacer distinciones por género, de modo que se busca el equilibrio salarial entre hombres y mujeres.

Total trabajadores

Tipo de Cargo	2018		2019		2020	
	N° de trabajadores		N° de trabajadores		N° de trabajadores	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	397	123	405	128	173	58
Profesionales y técnicos	2.306	1.841	2.213	1.762	1.650	1.419
Otros colaboradores	8.150	5.203	8.149	5.336	7.088	4.757
Total hombres/mujeres	10.853	7.167	10.767	7.226	8.911	6.234
Total	18.020		17.993		15.145	

Fuente: Sodimac.

Gerentes

Rango de edad	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	2	1	1	3	2	1
30-49	259	92	259	97	98	39
50 y más	136	30	145	28	73	18
Total	397	123	405	128	173	58
% del Total	76%	24%	76%	24%	75%	25%

Fuente: Sodimac.

Profesionales y técnicos

Rango de edad	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	395	299	337	248	196	151
30-49	1.586	1.331	1.540	1.291	1.193	1.086
50 y más	325	211	336	223	261	182
Total	2.306	1.841	2.213	1.762	1.650	1.419
% del total	56%	44%	56%	44%	54%	46%

Fuente: Sodimac.

Otros Colaboradores

Rango de edad	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	3.693	1.601	3.490	1.573	2.653	1.343
30-49	3.107	2.781	3.232	2.837	3.163	2.548
50 y más	1.350	821	1.427	926	1.272	866
Total	8.150	5.203	8.149	5.336	7.088	4.757
% del total	61%	39%	60%	40%	60%	40%

Fuente: Sodimac.

Nuevas contrataciones

Tipo de cargo	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Gerentes y subgerentes	20	8	23	12	6	5
Profesionales y técnicos	262	184	165	103	75	48
Otros colaboradores	3.490	1.391	2.354	1.047	679	560
Total hombres/mujeres	3.772	1.583	2.542	1.162	760	613
Total	5.355		3.704		1.373	

Fuente: Sodimac.

Nuevas contrataciones por zona (tiendas)

	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	1.446	696	1.038	536	320	215
Zona centro	565	225	392	144	119	104
Zona corte	549	208	351	159	201	197
Zona sur	702	260	521	180	120	97
Tasa de nuevas contrataciones	18,1%	7,7%	12,8%	5,7%	2,1%	2,3%

Fuente: Sodimac.

Rotación por zona y edad

(401-1)

Rotación de trabajadores por zona

Zona	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	1.791	816	1.345	648	1.310	834
Zona centro	619	230	425	167	331	222
Zona norte	694	266	335	139	358	256
Zona sur	858	245	574	219	495	264
Total egresos anual	3.962	1.557	2.679	1.173	2.494	1.576
Tasa rotación anual por zona	36,5%	21,7%	24,9%	16,2%	15,4%	9,7%
Rotación promedio anual	29,1%		20,6%		25,17%	

Rotación de trabajadores por edad

Rango de edad	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	2.362	722	1.726	551	1.089	476
30-49	840	477	797	525	982	853
50 y más	760	358	156	97	423	247
Total egresos anual	3.962	1.557	2.679	1.173	2.494	1.576
Rotación anual por género	36,5%	21,7%	24,9%	16,2%	26,1%	23,9%
Rotación promedio anual	29,1%		20,6%		25,17%	

Rotación = Egresos Anuales/Dotación diciembre.

Se consideran todas las causales de despido.

Fuente: Sodimac.

Rotación voluntaria por zona y edad

Rotación voluntaria de trabajadores por zona

Zona	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Región Metropolitana	536	284	477	274	205	116
Zona centro	161	63	154	63	54	24
Zona norte	268	93	145	57	84	43
Zona sur	228	80	177	69	80	32
Total egresos anual	1193	520	953	463	423	215
Rotación anual por zona	10,99%	7,26%	8,85%	6,41%	4,42%	3,26%
Rotación promedio anual	9,12%		7,63%		3,95%	

Rotación voluntaria de trabajadores por edad

Rango de edad	2018		2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 30	762	268	660	242	253	114
30-49	248	151	251	186	149	84
50 y más	183	101	42	35	21	17
Total egresos anual	1193	520	953	463	423	215
Rotación promedio anual por género	10,99%	7,26%	8,85%	6,41%	4,42%	3,26%
Rotación promedio anual	9,12%		7,63%		3,95%	

Fuente: Sodimac.

Anexo 3

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)¹

(305-1; 305-2; 305-3)

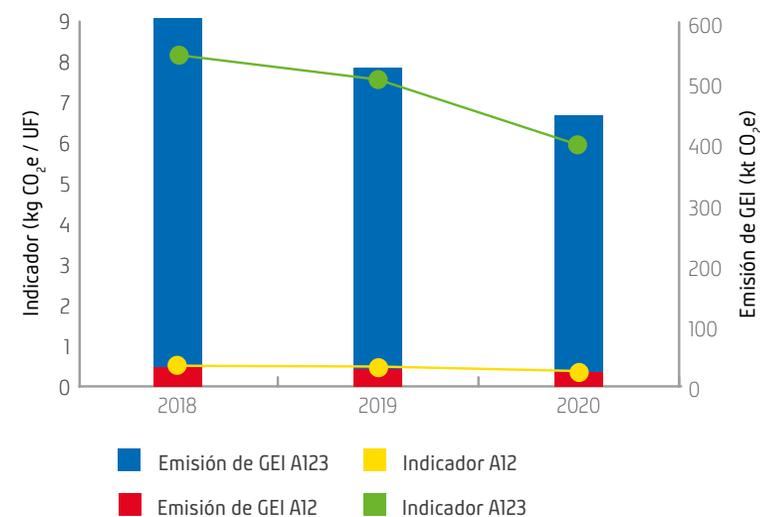
A	Fuente de emisión	2018	2019	2020	2020
		k tCO ₂ e	k tCO ₂ e	k tCO ₂ e	%
1	Combustión en fuentes fijas y móviles	7,0	6,8	8,5	2%
1	Fugas de gases refrigerantes	2,2	1,1	1,0	0,2%
Subtotal Alcance 1		9,3	7,9	9,5	2%
2	Consumo eléctrico (método de mercado)	22	20	13	3%
Subtotal Alcance 2		22	20	13	3%
Subtotal Alcance 1+2		32	28	23	5%
3	Insumos y servicios	1,9	1,4	0,9	0,2%
3	Manufactura de combustibles de alcance 1	1,0	1,0	1,1	0,3%
3	Residuos y reciclaje	14	13	11	3%
3	Viajes de negocio	3,0	2,3	0,2	0,1%
3	Transporte de colaboradores	22	20	13	3%
3	Transporte de carga	257	194	188	44%
3	Transporte de clientes	243	235	184	43%
3	Comercio electrónico	1,2	1,3	2,1	0,5%
Subtotal Alcance 3		542	469	400	95%
Total de Emisiones de GEI		574	497	423	100%

Fuente: Proyectae.

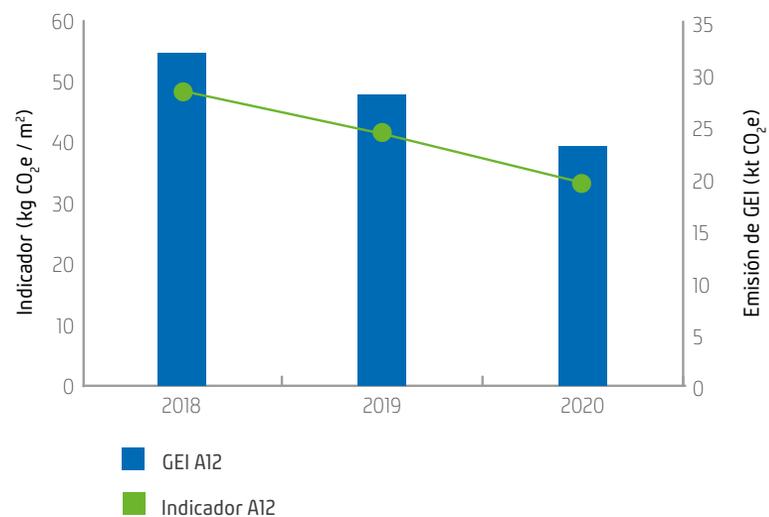
¹ktCO₂e corresponde a miles de toneladas de dióxido de carbono equivalente.

Indicadores de Intensidad de Emisión de Gases de Efecto Invernadero (305-4)

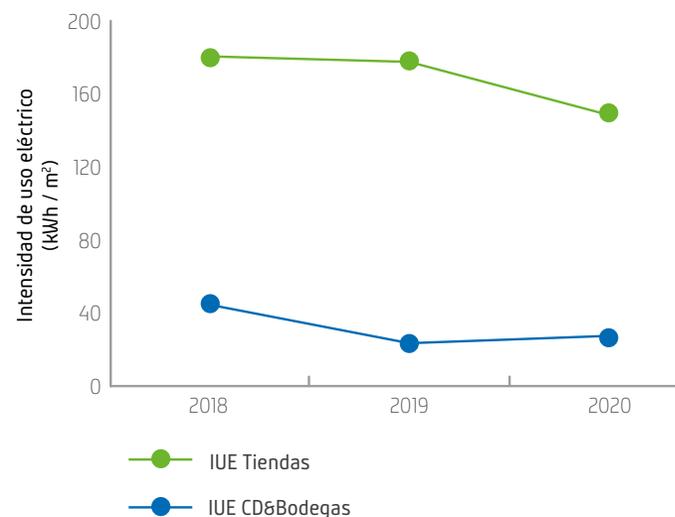
Intensidad de emisiones sobre UF venta



Intensidad de emisiones A1 y A2 sobre superficie tienda



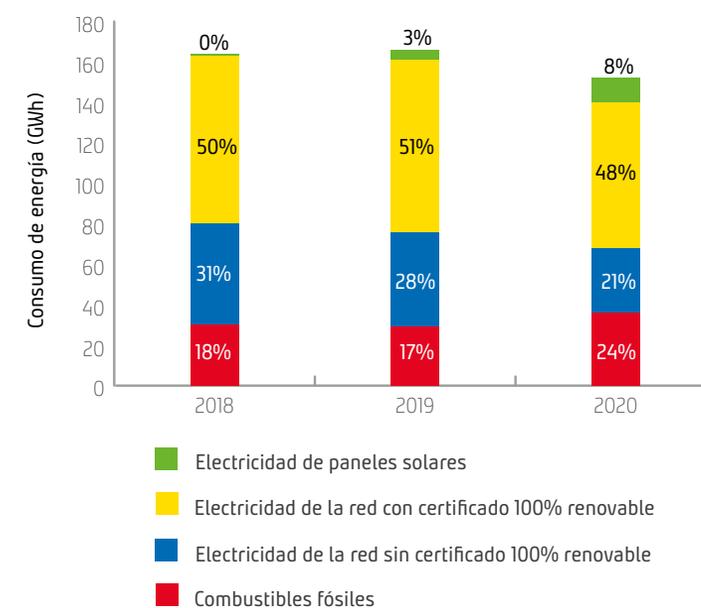
Intensidad de Uso Eléctrico (kWh/m²) (302-3)



Fuente: Proyectae.

Distribución de Consumo Energético Según Fuente de Origen

Consumo energético según origen



Fuente: Proyectae.

Índice GRI

(102-55)

Estándares de Reportes de Sostenibilidad 2019 (GRI)

Índice de Contenidos GRI

Categoría Contenidos Generales

ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 102: Contenidos Generales 1. Perfil de la organización	102-1	Nombre de la organización.	3
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	15, 17
	102-3	Ubicación de la sede	3
	102-4	Ubicación de las operaciones	15, 16
	102-5	Propiedad y forma jurídica	15
	102-6	Mercados servidos	16, 17
	102-7	Tamaño de la organización	16, 17, 119
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	121, 122
	102-9	Cadena de suministro	17, 76
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	11, 16
	102-11	Principio o enfoque de precaución	19, 21, 24, 27, 32, 37, 40
	102-12	Iniciativas externas	5, 24, 27, 44
	102-13	Afiliación a asociaciones	37, 116
GRI 102: Contenidos Generales 2. Estrategia	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	5
	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	9
GRI 102: Contenidos Generales 3. Ética e integridad	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	13, 49
	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	49, 77

Categoría Contenidos Generales

ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 102: Contenidos Generales 4. Gobernanza	102-18	Estructura de gobernanza	39, 44, 48
	102-19	Delegación de autoridad	44, 46, 48
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	39, 44
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	44, 45, 46, 48
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	45
	102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	44
	102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	19, 39, 44, 48
	102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	40, 44
	102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	19, 48, 51
	102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	40, 52
	102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	44
	102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	39
	102-35	Políticas de remuneración	49
	GRI 102: Contenidos Generales 5. Participación de los grupos de interés	102-40	Lista de grupos de interés
102-41		Acuerdos de negociación colectiva	71
102-42		Identificación y selección de grupos de interés	32
102-43		Enfoque para la participación de los grupos de interés	32, 89
102-44		Temas y preocupaciones clave mencionados	32

Categoría Contenidos Generales

ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 102: Contenidos Generales 6. Prácticas para la elaboración de informes	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	2
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	38
	102-47	Lista de temas materiales	38
	102-48	Reexpresión de la información	Reformulación de costos operacionales año 2019, pág. 120
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	No hay cambios significativos de alcance y cobertura
	102-50	Periodo objeto del informe	2
	102-51	Fecha del último informe	2
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	2
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	2, 135
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	2
	102-55	Índice de contenidos GRI	128
GRI 102: Contenidos Generales Verificación Externa	102-56	Verificación externa	3, 134

Índice de Contenidos GRI

ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	38
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	19, 21, 24, 49
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	40

Categoría Económica

ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 201: Desempeño Económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	119
GRI 202: Presencia en el Mercado	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	60
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	59
GRI 203: Impactos económicos indirectos	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	111
GRI 204: Prácticas de Adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	76
GRI 205: Lucha contra la corrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	52
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	49, 52
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	54
GRI 206: Prácticas de competencia desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	No hay demandas por estas causas durante el período
GRI 207: Impuestos	207-1	Enfoque de impuestos	120

Categoría Medioambiente

ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 302: Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización	97
	302-3	Intensidad energética	127
	302-4	Reducción del consumo energético	97
GRI 303: Agua y efluentes	303-5	Consumo de agua	101
GRI 305: Emisiones	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	97, 126
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	97, 126
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	97, 126
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	97, 126
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	97
	305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	97
GRI 306: Efluentes y Residuos	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	103
	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	102
	306-3	Residuos generados	103
	306-4	Residuos no destinados a eliminación	103
	306-5	Residuos destinados a eliminación	103
GRI 307: Cumplimiento regulatorio	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	102
GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	78, 79

Categoría Desempeño Social

ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 401: Empleo	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	124
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	61
	401-3	Permiso parental	66
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	67
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	67, 69
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	67
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	67
	403-9	Lesiones por accidente laboral	67
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	67
GRI 404: Capacitación y Educación	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	57
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	58
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	59
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	45, 122
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	66
GRI 406: No Discriminación	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	50
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	79
GRI 412: Evaluación de derechos humanos	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	51
GRI 413: Comunidades locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	93, 111
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	111, 113
GRI 414: Evaluaciones de los proveedores en temas sociales	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	78
	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	78
GRI 415: Política Pública	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	Sodimac no realiza contribuciones políticas

Categoría Desempeño Social

ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 416: Salud y Seguridad de los clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	79, 81
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	92
GRI 417: Etiquetados de los productos y servicios	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	80
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	92
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	92
GRI 418: Privacidad de los clientes	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	No hay demandas por estas causas durante el período
GRI 419: Cumplimiento Regulatorio	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	92

Categoría Temas Materiales no incluidos en Estandar GRI

Tema Material	Código Estándares	Descripción	Página
Empleo y clima	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	61
Cultura (incluye Programa de Calidad de Vida)	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	61 a 64
Diversidad e Inclusión	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	64 a 67



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

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

Carta de Verificación Externa

Informe de Verificación Limitada Independiente del Reporte de Sostenibilidad de Sodimac S.A. 2020.

Señores
Presidente y Directores
Sodimac S.A.
Presente

Alcance

Hemos efectuado una verificación limitada e independiente de los contenidos de información y los datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2020 de Sodimac S.A., el cual tiene por alcance temporal el periodo comprendido entre el 01 de enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2020. Toda información fuera de este periodo no fue parte de la verificación.

La preparación del Reporte de Sostenibilidad, la información y las afirmaciones contenidas, la definición del alcance del Reporte, la gestión y el control de los sistemas de información que proporcionan los datos reportados, son de exclusiva responsabilidad de la Administración de Sodimac S.A.

Estándares y procedimientos de verificación

Nuestra verificación fue efectuada de acuerdo con la norma de verificación internacional para auditorías de información no financiera ISAE 3000, establecida por el International Auditing and Assurance Board de la International Federation of Accountants, y el estándar para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).

Nuestros procedimientos fueron diseñados con el objetivo de:

- ▶ Verificar que la información y los datos presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2020 de Sodimac S.A. estén debidamente respaldados por evidencias.
- ▶ Determinar que Sodimac S.A. haya elaborado su Reporte de Sostenibilidad 2020 conforme a los indicadores de desempeño y los principios del estándar GRI.
- ▶ Confirmar el nivel de aplicación (Esencial) declarado por Sodimac S.A. a su Reporte de Sostenibilidad 2020, según estándar GRI.

Procedimientos realizados

Nuestra labor de verificación consistió en la indagación con representantes de la Dirección, Gerencias y Unidades de Sodimac S.A., involucrados en el proceso de elaboración del Reporte, así como en la realización de otros procedimientos analíticos y pruebas de muestreo tales como:

- ▶ Entrevistas a personal clave de Sodimac S.A.
- ▶ Revisión de la documentación de respaldo proporcionada por Sodimac S.A.
- ▶ Revisión de fórmulas y cálculos asociados a información cuantitativa mediante re-proceso de datos.
- ▶ Revisión de la redacción del Reporte 2020, asegurando que no se induzca a error o duda respecto a la información presentada.

Independencia

EY Consulting SpA es una firma independiente, sin relación con el cálculo, elaboración o suministro de los datos económicos, ambientales o sociales presentados en el Reporte de Sostenibilidad 2020 de Sodimac S.A.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad se limita exclusivamente a los procedimientos mencionados en los párrafos anteriores, y corresponde a una verificación de alcance limitado, la cual sirve de base para nuestras conclusiones. Por defecto, no aplicamos procedimientos de verificación extendidos, cuyo objetivo es expresar una opinión de verificación externa sobre el Reporte de Sostenibilidad de Sodimac S.A. 2020. En consecuencia, no expresamos una opinión.

Conclusiones

Sujetos a las limitaciones del alcance señaladas anteriormente, y basados en nuestro trabajo de verificación limitada independiente del Reporte de Sostenibilidad 2020 de Sodimac S.A., concluimos que no ha llegado a nuestro conocimiento ningún aspecto que nos haga pensar que:

- ▶ La información y los datos publicados en el Reporte de Sostenibilidad 2020 de Sodimac S.A. no están presentados de forma correcta.
- ▶ El Reporte de Sostenibilidad 2020 de Sodimac S.A. no haya sido elaborada en conformidad con la versión estándar para la elaboración de Reportes de Sostenibilidad del GRI.
- ▶ La opción declarada por Sodimac S.A. no cumple con los requisitos para tal nivel, de acuerdo con lo establecido en la norma de aplicación GRI.

Recomendaciones de mejora

Sin que incidan en nuestras conclusiones con base en el alcance limitado de la verificación, hemos detectado oportunidades de mejora al Reporte de Sostenibilidad 2020 de Sodimac S.A. Estas oportunidades se detallan en un informe de recomendaciones separado, presentado a la Administración de Sodimac S.A.

Saludamos atentamente a usted,

EY Consulting SpA.

Chris Heidrich
Partner, Assurance

Elanne Almeida
Partner, ESG

28 de abril, 2021
I-00220/21

RGE/men
60241993

Cuestionario de Retroalimentación

(102-53)

Agradecemos su opinión. Por favor, envíe la encuesta escaneada y/o foto digital a:

Juan Carlos Corvalán R.

Gerente de Asuntos Legales y Sostenibilidad
E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Pablo Urbina M.

Subgerente de Sostenibilidad
E-mail: purbina@sodimac.cl

1. **¿A qué público de interés de Sodimac pertenece usted?** (marque una alternativa)

- | | |
|---------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Accionistas | <input type="checkbox"/> Comunidad |
| <input type="checkbox"/> Trabajadores | <input type="checkbox"/> ONG |
| <input type="checkbox"/> Clientes | <input type="checkbox"/> Prensa |
| <input type="checkbox"/> Proveedores | |

2. De los siguientes capítulos contenidos en el Reporte **¿Cuál le pareció más interesante?** Califique de 1 a 5, siendo 1: el menos importante y 5: el más importante.

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Gobierno | <input type="checkbox"/> Clientes |
| <input type="checkbox"/> Trabajadores | <input type="checkbox"/> Medioambiente |
| <input type="checkbox"/> Proveedores | <input type="checkbox"/> Comunidad |

3. A su juicio **¿Cuál es el tema que le faltó profundidad?** Califique de 1 a 5, siendo 1: el menos importante y 5: el más importante.

- Desempeño económico
- Relación con el gobierno
- Relación con los trabajadores
- Relación con los proveedores
- Relación con los clientes
- Impacto medioambiental
- Relación con las comunidades

Glosario

Aspectos Materiales

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

Aprovisionamiento Responsable

Incorporación al interior de una organización de políticas y buenas prácticas de abastecimiento y trato justo con sus proveedores. Esto se logra estableciendo sistemas de evaluación y selección de proveedores con criterios ambientales y sociales que aseguren adecuadas condiciones de pago y que promuevan alianzas de mutuo interés.

Auditoría

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

Benchmarking

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

Biodiversidad

Describe una amplia variedad de ecosistemas y patrones naturales que la conforman como resultado de numerosos procesos evolutivos, diferencias genéticas en cada especie y las interacciones con el entorno como base de la vida en el planeta.

Cambio Climático

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

Código de Conducta

Declaración formal de los principios éticos de una empresa y de sus normas de actuación con las partes interesadas que deben ser aplicadas en todas sus operaciones. Al contrario de las obligaciones legales, los Códigos de

Conducta son voluntarios, adoptados como parte del compromiso de responsabilidad social de la empresa, buscando ofrecer una guía a los directivos y empleados para abordar los dilemas que surgen en el día a día cuando la toma de decisiones morales tiene implicancias económicas. Muchas empresas han comenzado a ampliar el espectro del Código a su cadena de abastecimiento.

Desarrollo Sostenible

Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Ello involucra abordar los factores económicos, sociales y ambientales y su interdependencia en la toma de decisiones y actividades de una organización.

Diálogo con los Grupos de Interés

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

Economía Circular

Modelo económico y productivo en el que el valor de los productos, los materiales y los recursos se mantiene

en la economía durante el mayor tiempo posible, y se reduce al mínimo la generación de residuos (definición de la Comisión Europea). Se basa en la gestión de los residuos a través de las 3R (reducir, reciclar, reutilizar). La idea subyacente es que el actual flujo lineal de los materiales (recursos-producto-residuos) necesita ser transformado en un flujo circular (recurso-producto-recursos reciclado).

Eficiencia Energética

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

Gases Efecto Invernadero (GEI)

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

Gestión Responsable de la Cadena de Aprovechamiento

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

Global Reporting Initiative (GRI)

Nacida en 1997, es una iniciativa conjunta entre la Organización No Gubernamental (ONG) CERES y el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente), con el propósito de cautelar la calidad, rigor y utilidad de los informes de sostenibilidad confeccionados por las empresas. Con este objetivo ha generado la Guía GRI para la Elaboración de los Informes de Sostenibilidad, con las pautas, principios e indicadores a reportar. Al mismo tiempo, el GRI ha generado un acuerdo de complementación con la organización internacional ISO con el objetivo de ser

la instancia verificadora de la nueva norma ISO 26000 o de Responsabilidad Social. En mayo de 2013 entró en vigencia la Cuarta Guía del GRI denominada G-4, cuyo uso se hizo obligatorio a partir de enero de 2016. Hasta el 31 de diciembre de 2015, las empresas podían usar en período de transición la versión G3.1.

Gobierno Corporativo

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

Huella de Carbono

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

Involucramiento de las Partes Interesadas

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

Innovación

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

ISO 26000

Normativa desarrollada por la Organización Internacional de Estandarización (ISO), también conocida como Norma de Responsabilidad Social. La Norma ISO 26000 ha elaborado una guía que entrega orientaciones sobre Responsabilidad Social, generales y no específicas, a fin de respetar la cultura y legislación de cada país. Por tanto, no es una norma de sistema de gestión. Asimismo, no está elaborada para la certificación o auditoría de

una tercera parte, sino que es verificable. Además, es útil para cualquier tipo de organización, tanto privada como pública, grande o pequeña, con o sin fines de lucro y para países en desarrollo como países desarrollados.

Memoria o Reporte de Sostenibilidad

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

También conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner

fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible —aprobada por los dirigentes mundiales en septiembre de 2015 en una cumbre histórica de las Naciones Unidas— entraron en vigor oficialmente el 1 de enero de 2016. Con estos nuevos objetivos de aplicación universal, en los próximos 15 años los países intensificarán los esfuerzos para poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir la desigualdad y luchar contra el cambio climático garantizando, al mismo tiempo, que nadie se quede atrás. Más información en <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/la-agenda-de-desarrollo-sostenible/>

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

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

Partes Interesadas/Grupos de Interés (stakeholders)

Entidades o individuos que pueden resultar afectados de manera significativa por las actividades, productos o

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

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

Procedimiento Operativo Estándar (POE)

Los Procedimientos Operativos Estándar son documentos que permiten estandarizar la forma de hacer las cosas en Tiendas, Centros de Distribución u Oficinas de Apoyo de Sodimac Chile, lo que hace más simple la capacitación y se puede maximizar tiempo y recursos.

Responsabilidad Social (Definición ISO 26000)

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

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

Retail

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

Sostenibilidad

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

normar el uso del concepto sostenibilidad en reemplazo de sustentabilidad.

Transparencia

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

Verificación

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



Diseño y producción:

Espacio Vital

www.espaciovital.cl

Equipo de Contenidos de Sodimac

Redacción y edición de texto:

Transparentia Consultores

Fotografías:

Archivo Fotográfico Sodimac



www.sodimac.cl